



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
COLEGIO DE HISTORIA

CHARROS, CHINOS Y ABONEROS. ESTEREOTIPOS, NACIONALISMO Y XENOFOBIA EN EL HUMORISMO GRÁFICO DE EL UNIVERSAL

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN HISTORIA

PRESENTA:

DANIEL EFRAÍN NAVARRO GRANADOS

ASESOR:

DR. PABLO YANKELEVICH ROSEMBAUM



México, D. F, marzo de 2013.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Para Margarita Herrera Monroy, mi abuelita,
que quiso aprender a leer para enterarse
de los chismes que contaban los Pepines.

Agradecimientos

Este trabajo es el resultado final de una formación que comenzó hace varios años y es un buen lugar para agradecer a las personas e instituciones que estuvieron involucradas directamente en la realización de la tesis, y también a aquellos presentes en mi vida durante ese periodo.

En el ámbito de las instituciones quiero agradecer a la UNAM, que ha sido desde mi bachillerato una segunda casa y un permanente espacio de descubrimiento de amigos e ideas. El proyecto “Nación y extranjería en México: Normas y prácticas de la política migratoria (1910-1946)” del CONACYT (CB-2010/151011) me brindó una beca de vital importancia para la realización de la investigación. La Biblioteca Miguel Lerdo de Tejada merece un especial reconocimiento porque a diferencia de otros repositorios permite fotografiar libremente sus colecciones hemerográficas, lo cual facilita enormemente el trabajo con imágenes.

Quiero agradecer también a mis sinodales, en especial a Juan Manuel Aurrecochea y Ricardo Pérez Montfort que me brindaron sendas asesorías durante distintas etapas de la investigación. A mi asesor, Pablo Yankelevich, le debo mi agradecimiento no sólo por interesarse en una tesis sobre historieta y caricatura sino también por darme un espacio dentro de sus proyectos de investigación desde muy temprano en la carrera y por haberse convertido en un amigo y maestro a lo largo de los años. Sin sus acertados comentarios este trabajo se vería notablemente empobrecido.

En los años de la carrera dos profesores fueron una influencia especialmente importante para mí. Claudia Canales despertó a través de sus seminarios sobre fotografía mi interés en el estudio de las imágenes y me preparó para los numerosos desafíos que implica el utilizarlas como fuente histórica. Javier Rico Moreno desarrolló mi interés por la historia del siglo XX mexicano y el espacio que me brindó en sus clases me permitió profundizar mis conocimientos sobre el periodo.

Paola Chenillo merece un especial mención porque de ella he aprendido muchas lecciones prácticas sobre el ser historiador. Entre otras cosas, Paola me ha enseñado la importancia fundamental del refrigerio del medio día cuando uno se recluye en los archivos.

Carlos Inclán, Héctor Bravo, Javier Yankelevich y Samantha Andrade leyeron varias versiones preliminares de esta tesis, dándome numerosas sugerencias que sin duda contribuyeron a mejorarla. Además, los cuatro han sido inestimables compañeros y amigos desde hace ya varios años, por lo cual se merecen todo mi cariño.

Durante la carrera me encontré con numerosas personas que fueron tan importantes como los profesores en mi formación, especialmente porque fueron interlocutores permanentes en numerosas discusiones. Entre ellos quiero agradecer en estricto orden de aparición a Angel Mauricio, Sandra Gerardo, Tania Martínez, Lorena Rodas, Brisa De Gante —que ha sido una gran amiga desde que la conocí y acompañó muchas de las

jornadas en las que esta tesis era concluida—, Daniel Morón, Rodrigo Perujo, Xavier Aguirre, Diego Vázquez, Jimena Mondragón, y Rocío Molina.

En el ámbito familiar debo agradecer a mi madre, que aunque no le gustan las historietas me apoyó incondicionalmente en todo momento, y a mi padre, que siempre se aseguró de que hubiera historietas disponibles en casa. Ambos han sido una influencia definitiva en lo que soy y les debo una disculpa por el estrés y los malos humores. También quiero expresar mi agradecimiento y cariño a mis hermanos —Alhelí, Amaury, David y Lucía— que se han encargado desde siempre de hacer la vida en casa divertida.

Finalmente Natalia merece mi agradecimiento por prestar oídos a mis disquisiciones sobre la historieta, la caricatura y la cultura de masas en el siglo XX, así como por ayudar de las más diversas maneras a que esta tesis se realizara. También merece todo mi amor por haber sido una parte fundamental de mi vida en los últimos años, compañera de andanzas y de aventuras.

Gracias a todos.

Índice

Introducción	7
Capítulo 1. Del <i>comic-strip</i> a la historieta nacional.....	19
El periodismo de masas y la exportación de las historietas estadounidenses.....	20
Las comic strips en la prensa mexicana	25
Las primeras historietas mexicanas.....	41
Capítulo 2. El estereotipo del charro en las historietas, caricaturas y publicidad de <i>El Universal</i>	53
El charro y el concurso del símbolo de México.....	53
El concurso de historietas de <i>El Universal</i> y la nacionalización de su sección cómica.....	66
El charro como estereotipo rural en el humorismo gráfico.....	82
Mamerto y la difusión de la imagen del charro.....	99
Capítulo 3. Los extranjeros en la gráfica humorística mexicana.....	117
Extranjeros de tinta y papel: españoles, estadounidenses y negros.....	131
Chinos: El racismo militante y el humor racista.....	137
Nagulás y Laburio: “Amado y simpático extranjero, amigo mío”.....	160
Conclusiones	197
Bibliografía	205

Introducción

La caricatura y la historieta tienen una longeva tradición en México; sin embargo, los historiadores han realizado pocas investigaciones sobre estas producciones, y en menos ocasiones las han utilizado como fuentes. El olvido de estos materiales por la disciplina histórica resulta particularmente grave si consideramos que en el humor se encuentra consignada información sobre la sociedad mexicana que no aparece en otros testimonios. En especial la historieta, considerada siempre un género marginal, es un espacio sobre el cual se ejerció escaso control, y donde se expresaron voces inexistentes en otros ámbitos. La exigencia de estudiar estos géneros responde entonces a las posibilidades que ofrecen para examinar fenómenos ya abordados a partir de otro tipo de fuentes; pero también a su capacidad de revelar aspectos aún no trabajados.

A lo largo de las primeras décadas del siglo pasado, el humorismo gráfico en las principales publicaciones periódicas mexicanas se transformó radicalmente. Alejándose de la caricatura política que había poblado los diarios decimonónicos, los periódicos que emergieron en la posrevolución bajo el modelo de los diarios comerciales se llenaron de historietas importadas y nacionales, así como de caricaturas despojadas de contenido político. Estas producciones humorísticas, en apariencia triviales, serán la principal fuente de este trabajo para explorar dos fenómenos dentro de la prensa diaria: el nacionalismo y la xenofobia. En particular exploraré el proceso de construcción del charro como estereotipo de lo nacional y los estereotipos de los extranjeros como la expresión del racismo y la xenofobia de la sociedad mexicana.

El Universal, diario donde abundaron estos contenidos, será el principal marco de estudio de la investigación, centrándome en el periodo entre los años de 1926, un año previo a la celebración del concurso de historietas cómicas del diario; y 1932, cuando este mismo contenido pasó a ocupar un segundo plano frente al material importado. Para el estudio de la construcción del estereotipo del charro abordaré la serie *Mamerto y sus cononencias*, obra escrita por Jesús Acosta y dibujada por Hugo Tilghman. Esta historieta, a pesar de que alimentó al nacionalismo que enarbolaba al charro como la figura más representativa de lo mexicano, también expresaba una fuerte reacción urbana contra los inmigrantes rurales, conviviendo el ideal nacionalista con un desprecio hacia el charro

como símbolo del mundo campirano. Ambas valoraciones coexistieron en una historieta que además fue precursora e impulsora de la presencia del charro en el mundo de la publicidad y ayudó a su consolidación en los años previos a su éxito en el cine. De tal forma, este personaje nos permite adentrarnos al estudio de un nacionalismo utilitario, donde se manifestaban las contradicciones entre el discurso nacionalista de las elites y su implementación en manos de la prensa.

Para el caso de la xenofobia expresada en las historietas y caricaturas del diario exploraré de manera general los estereotipos sobre españoles, negros y estadounidenses; mientras que analizaré con mayor detalle las representaciones de los chinos y los aboneros árabes. Las numerosas apariciones de chinos en el humor de la época permiten recorrer el amplio abanico del racismo, revisando las diferencias entre las expresiones que ridiculizaban o atacaban a esta población, así como analizando las ambigüedades y claroscuros del racismo enunciado desde distintos ámbitos sociales. La representación de los aboneros árabes será el objeto de la última parte de la tesis, siendo central el análisis de la tira *Nagulás y Laburio*, historieta escrita por el yucateco Manuel Montalvo Solís y dibujada por el mismo Hugo Tilghman. Esta historieta relata las aventuras de un mexicano desempleado y un abonero “árabe”, una extraña pareja cómica para años cargados de hostilidad contra los inmigrantes de Medio Oriente, y una relación que arroja luz sobre la dimensión cotidiana del racismo y la xenofobia hacia los extranjeros.

Ambos casos, el de la representación estereotípica de lo nacional y la de lo extranjero, son temas sugerentes para trabajar los imaginarios sociales de la época. Por un lado en el caso del charro podemos observar un proceso consciente de generación de un estereotipo de lo nacional por parte no sólo de la clase política, los intelectuales y los artistas, sino también de los medios de comunicación, los publicistas y distintas empresas comerciales. Por el otro lado, en el caso de los extranjeros tenemos un proceso de generación de estereotipos sobre las comunidades de extranjeros residentes en México que se debía más a un complicado proceso donde si bien se ponían en juego intereses políticos y comerciales, también lo hacían la experiencia cotidiana de los autores, las influencias culturales extranjeras y las características de las comunidades de extranjeros.

Este trabajo girará sobre dos ejes: el fenómeno de los estereotipos y su expresión en el campo del humor. Ricardo Pérez Montfort define los estereotipos como

[...] la síntesis de características anímicas, intelectuales y de imagen, aceptadas o impuestas, de determinado grupo social o regional. Se manifiesta en una gran cantidad de representaciones, conceptos y actividades humanas, desde el comportamiento cotidiano hasta las más elaboradas referencias al estado nacional. Los estereotipos se cultivan tanto en la academia como en los terrenos de la cultura popular, en la actividad política y, desde luego, en los medios de comunicación masiva.¹

Por su parte, el psicólogo social Gordon Allport definía los estereotipos en su clásico trabajo sobre el prejuicio como “una creencia exagerada asociada con una categoría” y aseguraba que su función era “justificar (racionalizar) nuestra conducta en relación a esa categoría.”² Según este autor los estereotipos son una estructura mental cuya función es la de regular nuestro comportamiento hacia otros grupos sociales, y afirma que “el estereotipo actúa como mecanismo para justificar el rechazo a un grupo, así como dispositivo de selección o de detección para mantener la simplicidad de percepción y pensamiento.”³ Desde esta perspectiva los estereotipos sirven para proporcionar una guía de comportamiento fácil y eficiente entre distintos grupos étnicos, “no son simplemente descripciones de grupos sino estructuras cognitivas que moldean pensamientos, sentimientos y acciones.”⁴ Mientras que la definición de Pérez Montfort aborda a los estereotipos como un fenómeno cultural Allport pone más atención al estereotipo como un fenómeno psicológico-social parte de nuestras concepciones sobre aquellos que consideramos ajenos o extraños a nuestro propio grupo. Ambas definiciones serán de utilidad para abordar los casos que analizaremos en este trabajo.

Un aspecto de los estereotipos de importancia para los casos que voy a analizar es su función dentro de las relaciones sociales. Según distintos estudios los estereotipos funcionan como mecanismos de justificación por lo menos en tres formas distintas: en relación al ego, a las actitudes del grupo y el sistema social. En el primer caso, la recurrencia de este tipo de estructuras permite que los miembros de un grupo puedan

¹ Ricardo Pérez Montfort, “Una región inventada desde el centro. La consolidación del cuadro estereotípico nacional”, en Ricardo Pérez Monfort, *Estampas de nacionalismo popular mexicano. Diez ensayos sobre cultura popular y nacionalismo*, 2ª ed., México, CIESAS/CIDHEM, p. 121-22, n. 1.

² Gordon W. Allport, *The nature of prejudice*, New York, Anchor, 1958, p. 187. Todas las traducciones de los textos referidos en idiomas distintos al español fueron realizadas por el autor.

³ *Ibid.*, p. 188

⁴ John F. Dovidio, Peter Glick and Laurie A. Rudman, “Introduction: Reflecting on The Nature of Prejudice: Fifty years after Allport” en John F. Dovidio, Peter Glick y Laurie A. Rudman (eds.), *On the Nature of Prejudice. Fifty years after Allport*, Massachusetts, Blackwell, 2005, p. 4.

sentirse superiores a otro. En la segunda, los estereotipos permiten justificar los intereses y acciones en contra de un grupo, además de que su existencia permite que quienes los usan se sientan superiores, reforzando sus lazos y su autoestima. La explicación sobre la última función argumenta que sirven para legitimar la existencia de un sistema social, manteniendo a los grupos estereotipados en roles específicos.⁵

Otra característica fundamental de los estereotipos es su carácter social.⁶ Aunque aún hay debates entre los psicólogos acerca de si estos son en realidad experimentados de manera colectiva o si en cambio cada individuo posee un conjunto particular de ellos, se ha establecido que su construcción depende principalmente de factores sociales. Aunque la generación de estereotipos está fincada en un proceso natural de categorización, la función que adquieren depende de las características de un contexto social específico. Los estereotipos son construidos a partir de la interacción de distintos grupos sociales y de la suma de las experiencias individuales, y no a partir de experiencias aisladas.

Cabe señalar que los estereotipos no son sus manifestaciones materiales — imágenes, textos, discursos— sino la internalización de las ideas que estos expresan por numerosos individuos. Es imposible acceder directamente a los imaginarios de la población mexicana, en cambio trabajaremos con las imágenes de la prensa de la época como su expresión, pero también como promotora de los mismos, pues es indudable que la prensa jugó un papel fundamental en la forja de los imaginarios compartidos por amplios sectores sociales. De tal manera, valoraré el papel de los medios de comunicación y la experiencia de individuos específicos como parte del proceso de construcción social de los imaginarios colectivos y rastrearé algunas de las fuentes de las que se valieron los distintos productores de imágenes sobre el mexicano y el extranjero.

Una característica de esta investigación es que estudia a los estereotipos en un campo muy particular: el humor. Las distintas dimensiones de este fenómeno han ocupado a filósofos, lingüistas, psicólogos, antropólogos y sociólogos, y aún hay numerosos puntos a debate en la definición y explicación del mismo. Los estudiosos del tema han generado por lo menos tres explicaciones básicas sobre su funcionamiento. La primera, desarrollada a partir de los trabajos de Sigmund Freud, es que a través del humor se expresan emociones

⁵ John T. Jost y David L. Hamilton, “Stereotypes in our culture”, en Dovidio, Glick y Rudman, *On the Nature of Prejudice...*, *op. cit.*, p. 214-216.

⁶ *Ibid.*, p. 208-224.

reprimidas. De tal forma las bromas servirían para la liberación de sentimientos que en contextos diferentes al del humor no serían socialmente aceptables. Una segunda explicación es que por medio del humor se realizan actos de reivindicación de superioridad sobre el objeto de la broma. Finalmente, la corriente explicativa más desarrollada en los últimos años es que el mecanismo básico del humor reside en la incongruencia entre dos situaciones dentro de las bromas.⁷ Estas explicaciones han resultado insuficientes para la mayoría de los estudiosos porque ninguna puede explicar por sí misma todos los tipos de humor; sin embargo, cada una llama la atención sobre distintos aspectos del fenómeno.

Un elemento de especial relevancia enfatizado por algunos representantes de la teoría de la incongruencia es la necesidad de que los oyentes o lectores de la broma tengan internalizados una serie de discursos para que puedan reconocerla como tal casi de manera inmediata.⁸ A diferencia de otro tipo de textos como los artículos de opinión, las notas periodísticas o los editoriales, la sección de humor requería para tener éxito que sus discursos fuesen reconocidos con facilidad por el lector y que en alguna medida los tuviera internalizados. De tal forma que al estudiar el humor dentro de la prensa periódica no sólo se trabaja con las impresiones y opiniones de los autores de las tiras cómicas o del mismo periódico, sino que están permiten explorar en alguna medida los imaginarios del público lector. El hecho de que uno de los principales discursos del humor fueran los estereotipos sobre lo nacional y lo extranjero sugiere que estos habían sido internalizados por lo menos por algunos sectores de la sociedad y que no sólo eran discursos aislados sostenidos por grupos minoritarios.

Así como los estereotipos, el humor es un fenómeno definido por su carácter social, especialmente para el caso del humor étnico. Este tipo de humor ha sido señalado por académicos de diversas disciplinas como un fenómeno universal, presente en todas las épocas y en las más diversas sociedades, y las investigaciones sobre el mismo han demostrado que en él se repiten una y otra vez los mismos tipos de discursos acerca de la

⁷ Una revisión general de las tres distintas teorías y de algunos de los exponentes de cada una puede consultarse en Janet Helen Sedlar, "The construction of humor in Spanish and French comic strips: A sociolinguistic perspective", Tesis de Doctorado en Filosofía de Lenguas y Literaturas Romances, Berkley, Estados Unidos, Universidad de California-Berkley, 2008, p. 9-21 y ss.

⁸ Victor Raskin, *Semantic Mechanism of humor*, Dordrecht, Reidel, 1985, p. 177-179.

ignorancia, el desaseo, la avaricia, entre otras caracterizaciones negativas de los otros.⁹ Sin embargo, más allá de la universalidad del fenómeno, se ha establecido que las manifestaciones particulares del mismo responden a factores sociales específicos.¹⁰ A pesar de que el humor étnico está plagado de lugares comunes e impresiones inexactas, es el resultado de la interacción entre dos grupos y en este sentido nos permite indagar sobre la relación entre ellos.

Antropólogos como Mahadev L. Apte han enumerado las distintas funciones del humor étnico entre distintos grupos, entre las que se encuentran la relajación de tensiones, la reivindicación de la superioridad, la expresión del enojo y los deseos reprimidos de agresión; pero también ha señalado que “una broma particular puede cumplir distintas funciones simultáneamente.”¹¹ En los múltiples casos que abordaremos veremos no sólo cómo diversos tipos de humor asumieron distintas funciones sino que en numerosas ocasiones en un mismo estereotipo étnico o en una misma producción humorística se manifestaron actitudes ambivalentes o contradictorias hacia distintos grupos.

Para finalizar haré una rápida revisión de la historiografía relacionada con los temas de los que este trabajo se ocupa antes de exponer la estructura del mismo. Debido a la particularidad del tema se recurrió a la historiografía sobre numerosos temas, entre los que destacan los estudios sobre la prensa en México; la historieta y la caricatura en México y Estados Unidos; el nacionalismo y la construcción del estereotipo del charro; y los numerosos trabajos sobre las comunidades de extranjeros en México. En el campo de la investigación sobre la prensa en México llama la atención la escasez de estudios sobre los medios impresos de la primera mitad del siglo XX. Aunque hay varias historias generales del periodismo en México estas se destacan por ser una revisión cronológica del surgimiento de distintas publicaciones acompañadas de un listado de los colaboradores de los diarios.¹² Si bien estas obras ofrecen un panorama del mundo periodístico, poco sabemos aún del funcionamiento interno de los primeros diarios del México moderno, de su

⁹ *Ibid.*, p. 181-194 y Mahadev L. Apte, *Humor and laughter. An anthropological approach*, Nueva York, Cornell University Press, 1985, p. 108-110

¹⁰ *Ibid.*, p. 133-140.

¹¹ *Ibid.*, p. 145.

¹² Entre este tipo de investigaciones fueron particularmente utilizados a lo largo de la investigación los trabajos de María del Carmen Ruiz Castañeda, Luis Reed Torres y Enrique Cordero y Torres, *El periodismo en México. 450 años de historia*, 2ª ed., México, UNAM/ENEP-A, 1980 e Irma Lombardo, *De la opinión a la noticia. El surgimiento de los géneros informativos en México*, México, Kiosko, 1992.

relación con distintos grupos políticos e intelectuales, además de su función como constructores de la cultura política, cultural y estética del mexicano.

Entre algunos trabajos que vale la pena destacar está el estudio de Antonio Saborit sobre *El Mundo Ilustrado* y la figura de Salvador Reyes Spíndola como pionero de la prensa moderna en México; la historia de Juan Manuel Aurrecoechea de *El Universal*, única investigación sobre la historia de uno de los periódicos más antiguos del país; y el libro de Laura Navarrete Maya sobre los primeros años del diario *Excélsior*.¹³ Otros trabajos como *Imágenes del deseo* de Julieta Ortiz Gaitán se han acercado a algunos aspectos concretos de la prensa de la época, ofreciéndonos una mirada desde la historia del arte al mundo de la publicidad en la prensa diaria.¹⁴ En este mismo sentido la *Historia del diseño gráfico en México* de Luz del Carmen Vilchis Esquivel ofrece una visión de la evolución del diseño gráfico dentro de la prensa dando algunos datos sobre su evolución técnica.¹⁵

Si bien existen varios trabajos sobre la caricatura política del XIX, las investigaciones sobre la historieta y caricatura en la posrevolución son escasas. La obra que continúa siendo el referente más importante es *Puros Cuentos* de Juan Manuel Aurrecoechea y Armando Bartra.¹⁶ Existen también una serie de publicaciones que contienen datos biográficos sobre muchos de los caricaturistas que estudiamos.¹⁷ Entre los trabajos sobre caricatura también cabría destacar el artículo de Tomás Pérez Vejo sobre la representación gráfica de los españoles en *El Hijo del Ahuizote*. Aunque este trabajo estudia un periodo anterior al de esta investigación, representa una interesante aproximación a los

¹³ Antonio Saborit, *Como mármol recién lavado. El Mundo Ilustrado de Rafael Reyes Spíndola*, México, Ediciones Sin Nombre/CNCA, 2006; Juan Manuel Aurrecoechea, *El Universal. Espejo de nuestro tiempo. 90 años de El Gran Diario de México*, México, MVS Editorial, 2006; y Laura Navarrete Maya, *Excélsior en la vida nacional, (1917-1925)*, México, UNAM/IIIF, 2007.

¹⁴ Julieta Ortiz Gaitán, *Imágenes del deseo. Arte y publicidad en la prensa ilustrada mexicana (1894-1939)*, México, UNAM/DGEP, 2003.

¹⁵ Luz del Carmen Vilchis Esquivel, *Historia del diseño gráfico en México, 1910-2010*, México, CNCA/INBA, 2010.

¹⁶ Juan Manuel Aurrecoechea y Armando Bartra, *Puros Cuentos. La historia de la historieta en México, 1874-1934*, México, CNCA/MNCP/Grijalbo, 1988.

¹⁷ Rafael Carrasco Puente, *La caricatura en México*, México, Imprenta Universitaria, 1953; Rosalva de Valdés, "Crónica general de la historieta", en *Artes de México*, México, v. 19, n. 158, 1972; Alfonso Maya Nava (coord.), *70 años de caricatura en México*, México, Compañía Periodística Nacional, 1988; y Agustín Sánchez González, *Diccionario biográfico ilustrado de la caricatura mexicana*, México, Limusa, 1997.

estereotipos en la caricatura.¹⁸ Otro trabajo sugerente es la ponencia que Thelma Camacho Morfín presentó recientemente sobre el lenguaje gráfico en la prensa mexicana, en la que además de hacer una revisión de la bibliografía disponible sobre el tema, lanza una serie de explicaciones al hecho de que la caricatura de la primera mitad del siglo XX haya sido poco estudiada y realiza una división cronológica de la producción humorística de este periodo.¹⁹

Además de la bibliografía nacional sobre el tema existen dos autoras que se han acercado a él desde el extranjero. La italiana Annalisa Fiorito realiza en su tesis de grado un extenso estudio del personaje de Mamerto en el marco del nacionalismo cultural.²⁰ Por su parte, la española Ana Merino ha tenido dos aproximaciones a las historietas mexicanas. En su libro *El cómic hispánico* esta investigadora hace una serie de reflexiones sobre la historieta mexicana en función de un análisis comparativo de la historieta española y latinoamericana, y en un artículo posterior hace un breve análisis de las tiras de *Don Catarino y su apreciable familia* publicadas en *Puros Cuentos*.²¹

Los trabajos estadounidenses sobre las historietas producidas en ese país son mucho más abundantes, aunque buena parte de ellos no son de carácter estrictamente académico. *The comics. Before 1945* y *The comics. An Illustrated History of comic strip art, 1895-2010* fueron dos obras enciclopédicas de utilidad para identificar las historietas estadounidenses publicadas en México y las características de las mismas. La entrada de Richard Marschall a *The world encyclopedia of comics* sobre las compañías distribuidoras de historietas, fue el punto de partida para identificar que compañías vendían historietas a los diarios mexicanos y comprender el funcionamiento de esta transacción.²² Finalmente *Comic strips and consumer culture, 1890-1945* de Ian Gordon fue una de las investigaciones más sugerentes

¹⁸ Tomás Pérez Vejo, “La conspiración gachupina en El Hijo del Ahuizote”, en *Historia mexicana*, v. LIV, n. 4, 2005, p. 1105-1153.

¹⁹ Thelma Camacho Morfín aduce el poco interés prestado a los caricaturistas del periodo a que ellos no se avocaban ni a la sátira política ni a la caricatura de combate. Thelma Camacho Morfín, “Las revoluciones del lenguaje gráfico en la prensa mexicana, el caso de la caricatura 1900-1950”, ponencia presentada en la *XIII Reunión de Historiadores de México, Estados Unidos y Canadá*, Querétaro, 2010, p. 14 y 15.

²⁰ Annalisa Fiorito, “Il fumetto mexicano negli anni del nazionalismo culturale. Studio di un caso: Mamerto y sus conocencias, 1927-1943”, Turín, Universidad de Turín, Facultad de Letras y Filosofía, Tesi di Laurea, 2002.

²¹ Ana Merino, *El cómic hispánico*, Madrid, Cátedra, 2003 y “Variable identities in the mexican comic strip: Don Catarino in the stereotypical space of the cannibals”, en *International Journal of Comic Art*, n. 8.1, primavera-verano, 2006, p. 362-377. Agradezco a la autora por proporcionarme una versión mecanuscrita de este último texto ante la dificultad de conseguirlo en México.

²² Richard Marschall, “A history of newspaper syndication”, en Maurice Horn (ed.), *The world encyclopedia of comics*, Estados Unidos, Avon, 1977, 784 p., p.719-725.

que encontré sobre el tema, en especial sobre el papel de las historietas como productos de consumo.²³

La historiografía sobre el nacionalismo en México y el mundo es amplísima. Sin duda un referente fundamental sobre el tema son estudios clásicos como los de Benedict Anderson y Anthony Smith.²⁴ En el caso de México existen referentes fundamentales de reflexión sobre el nacionalismo como *La jaula de la melancolía* de Roger Bartra.²⁵ Desde el campo de la historia se ha puesto particular énfasis en el estudio del nacionalismo entre los intelectuales y artistas durante las décadas de la posrevolución, deteniéndose en los aportes de la literatura, la pintura y otras artes a la construcción del canon estético nacionalista.²⁶

Un señalamiento de particular interés es el que realiza John Mraz en su obra *Looking for Mexico*, donde estudia el papel de las imágenes en el proceso de construcción de la identidad mexicana.

Creo que la construcción de la identidad en México ha sido llevada a cabo en gran parte a través de las modernas culturas visuales de la fotografía, el cine y las historias de la imagen. Benedict Anderson ha argumentado que los periódicos y novelas “proveyeron los medios para ‘re-presentar’ el tipo de comunidad imaginada que es la nación” en la Europa del siglo XVIII. Thomas Benjamin cree que la “narrativa maestra” de México ha sido producida por “poetas, periodistas, maestros, políticos y escritores.” Dudo que estos medios hayan tenido tal importancia en México, donde las bajas tasas de alfabetización han creado tradicionalmente una cultura de imágenes más que de palabras, y donde hay pocas librerías en comparación a países como Argentina.²⁷

Sobre el papel de las producciones visuales modernas en la construcción del nacionalismo, además de la obra del mismo Mraz, se encuentran las numerosas aportaciones de Ricardo Pérez Montfort sobre el papel que ámbitos como el cine, la música

²³ Ian Gordon, *Comic strips and consumer culture, 1890-1945*, Estados Unidos, Smithsonian Institution Press, 1998.

²⁴ Benedict Anderson, *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, 2ª ed., México, FCE, 2007 y Anthony D. Smith, *La identidad nacional*, Madrid, Trama, 1997.

²⁵ Roger Bartra, *La jaula de la melancolía. Identidad y metamorfosis del mexicano*, México, Debolsillo, 2005.

²⁶ Entre otras obras destacan Guillermo Sheridan, *México en 1932: La polémica nacionalista*, México, FCE, 1999; Víctor Díaz Arciniega, *Querrela por la cultura “revolucionaria” (1925)*, 2ª ed., México, Fondo de Cultura Económica, 2000 y Alicia Azuela de la Cueva, *Arte y poder. Renacimiento artístico y revolución social, 1910-1945*, México, FCE/Colmich, 2005.

²⁷ John Mraz, *Looking for Mexico. Modern visual culture and national identity*, Durham, Carolina del Norte, Duke University Press, 2009, p. 2.

y la gráfica jugaron en la construcción del nacionalismo.²⁸ En especial fueron de utilidad para esta investigación los trabajos que ha realizado sobre el estereotipo del charro, así como también el de Tania Carreño King sobre la construcción del mismo desde el cine.²⁹

Otros trabajos sobre el tema que ofrecen perspectivas novedosas son *Artilugio de la nación moderna* de Mauricio Tenorio Trillo y *Yankee don't go home!* de Julio Moreno.³⁰ Tenorio Trillo nos ofrece a través de su revisión de las participaciones de México en las ferias mundiales la evolución de los recursos simbólicos del nacionalismo, así como una mirada a sus artífices y sus lógicas de construcción. Por su parte, el trabajo de Moreno permite ver el intenso nexo del nacionalismo con el mundo de los negocios y su flexibilidad para responder a los intereses comerciales, así como el papel de organizaciones como la Asociación Nacional de Publicistas en la incorporación de los códigos del nacionalismo al mundo de la publicidad.

En lo que respecta al tema de la extranjería existe una amplia historiografía sobre las comunidades de inmigrantes residentes en México.³¹ Sobre las políticas del Estado hacia la inmigración y el control de los extranjeros en territorio nacional la obra de Pablo Yankelevich nos ofrece una mirada a la óptica estatal sobre los extranjeros en el país.³² Los estudiosos sobre la historia de los chinos en México, el primero de los dos grupos de extranjeros que tratamos a profundidad, han producido varios trabajos que estudian las campañas y actos xenofóbicos en su contra, como los de Jorge Gómez Izquierdo y Javier

²⁸ Buena parte de las aportaciones de este autor sobre el tema se encuentran concentradas en su obra ensayística. Ricardo Pérez Montfort, *Avatares del nacionalismo cultural. Cinco ensayos*, México, CIESAS/CIDHEM, 2000; *Estampas de nacionalismo popular mexicano. Diez ensayos sobre cultura popular y nacionalismo*, 2ª ed., México, CIESAS/CIDHEM, 2003; y *Expresiones populares y estereotipos culturales en México. Siglos XIX y XX. Diez ensayos*, México, CIESAS, 2007.

²⁹ Pérez Montfort, "Una región inventada...", *op. cit.*; "El charro como estereotipo mexicano", en *Charrería. Origen e historia de una tradición*, México, Federación Mexicana de Charrería, 2010, p. 86-170; y Tania Carreño King, "El charro". *La construcción de un estereotipo nacional, (1920-1940)*, México, Federación Mexicana de Charrería/INHERM, 2000.

³⁰ Mauricio Tenorio Trillo, *Artilugio de la nación moderna. México en las exposiciones universales, 1880-1930*, México, FCE, 1996 y Julio Moreno, *Yankee don't go home! Mexican nationalism, American business culture, and the shaping of modern México, 1920-1950*, North Carolina, The University of North Carolina Press, 2003.

³¹ Un muestrario de investigaciones sobre estos temas puede encontrarse en Delia Salazar (coord.), *Xenofobia y xenofilia en la historia de México. Homenaje a Moisés González Navarro*, México, SEGOB/INAH/CNCA, 2006, y Carlos Martínez Assad (Coord.), *De extranjeros a inmigrantes en México*, México, UNAM/PUMC, 2008.

³² Pablo Yankelevich, (coord.), *Nación y extranjería. La exclusión racial en las políticas de Argentina, Brasil, Cuba y México*, México, PUMC/UNAM, 2009 y *¿Deseables o inconvenientes? Las fronteras de la extranjería en el México posrevolucionario*, México, Bonilla Artigas/Iberoamericana/ENAH, 2011.

Treviño Rangel.³³ Por su parte, Robert Chao Romero ha estudiado la historia de cómo llegaron las migraciones chinas a México como parte de un circuito de migración transnacional, así como algunas de las reacciones que esta inmigración suscitó.³⁴

En el caso de los inmigrantes provenientes de Medio Oriente dos trabajos fundamentales para el estudio de los aboneros árabes fueron *So far from Allah, so close to México* de Theresa Alfaro-Velcamp y “The mashreq in Mexico” de Camila Pastor.³⁵ El primero da cuenta de la llegada de inmigrantes del Medio Oriente a México como parte de un circuito internacional migratorio donde Estados Unidos jugaba un importante papel, así como el proceso de inserción de esta migración en el país. Por su parte, el trabajo de Camila Pastor explora a través del caso de los comerciantes extranjeros provenientes de esta región una revisión del concepto de clase, poniendo especial énfasis en las distintas coordenadas que permitieron a estos personajes insertarse exitosamente en el mundo comercial y en los discursos que acompañaron este proceso.

Finalmente es necesario mencionar algunos trabajos que fueron de particularidad utilidad para acercarse al humor étnico. El historiador Joseph Boskin ha trabajado este tema para el caso estadounidense, especialmente la construcción del humorismo relacionado con la población negra de ese país, además de realizar otras investigaciones sobre la función de la comedia entre las comunidades negra y judía.³⁶ Otro trabajo que me permitió comprender mejor el caso mexicano fue el artículo de Robert Fiore sobre la caricatura racial en Estados Unidos, en especial sus reflexiones sobre la intencionalidad de los autores y la influencia de los estereotipos racistas a pesar de sus propias posiciones personales.³⁷

³³ José Jorge Gómez Izquierdo, *El movimiento antichino en México (1871-1934). Problemas del racismo y del nacionalismo durante la revolución mexicana*, México, INAH, 1991; Javier Treviño Rangel, “Los hijos el cielo en el infierno: un reporte sobre el racismo hacia las comunidades chinas en México, 1880-1930”, en *Foro Internacional*, v. XLV, n. 3, 2005, p. 409-444 y “Racismo y nación: comunidades imaginadas en México”, en *Estudios sociológicos*, v. XXVI, n. 3, septiembre-diciembre, 2008, p. 669-694.

³⁴ Robert Chao Romero, *The Chinese in Mexico, 1882-1940*, Tucson, Arizona, The University of Arizona Press, 2010.

³⁵ Theresa Alfaro-Velcamp, *So far from Allah, so close to México. Middle Eastern immigrants in modern Mexico*, Austin, Texas, University of Texas Press, 2007 y Camila Pastor de María y Campos, “The mashreq in Mexico. Patronage, property and class in the postcolonial global”, Tesis de Doctorado en Antropología, Los Angeles, California, Universidad de California, 2009.

³⁶ Joseph Boskin, *Sambo. The Rise and demise of an American jester*, Tenesse, Oxford University Press, 2010 y su artículo junto con Joseph Dorinson, “Ethnic Humor: Subversion and survival”, en *American Quarterly*, v. 37, n. 1, primavera, 1985, p. 81-97.

³⁷ Robert Fiore, “Affectionate, sympathetic and completely racist. Another go-round with racial caricature”, en *The comics journal*, n. 301, 2011, p. 501-511.

La tesis está dividida en tres capítulos. El primer capítulo es una introducción a la historia de las historietas en México, una de las principales fuentes utilizadas a lo largo del trabajo. En él se aborda la publicación de historietas estadounidenses importadas en la prensa mexicana y la emergencia de tiras cómicas manufacturadas en México en las primeras décadas del siglo XX, así como la fuerte influencia que ejercieron las primeras sobre las segundas. El último apartado de este capítulo está dedicado a una revisión del perfil de los primeros historietistas mexicanos y las características de sus primeras producciones en periódicos como *El Heraldo de México* y el *Demócrata*.

El segundo capítulo revisa el estereotipo del charro en *El Universal* centrándose en el análisis del concurso del símbolo de México, la historieta *Mamerto y sus conocencias*, y el concurso de historietas de esta publicación. Además, en él se analiza a este personaje en el contexto del nacionalismo cultural y su aporte a la proliferación de la figura del charro en el humorismo y en la publicidad durante el cambio de década. El último capítulo se divide en tres partes. La primera explora las características de los estereotipos del extranjero en el humorismo gráfico a través de la representación de españoles, negros y estadounidenses. El segundo apartado explora las distintas representaciones de los chinos y las formas y tonos con los que se expresó en ellas el racismo. Finalmente el último apartado está dedicado al estereotipo del abonero en la historieta *Nagulás y Laburio*, especialmente a las actitudes contradictorias presentes en esta obra y cómo reflejan una dimensión cotidiana del fenómeno del racismo.

Capítulo 1

Del *comic-strip* a la historieta nacional

En 1923 el periódico japonés *Tokyo Asahigraph* comenzó a publicar traducida al japonés la tira cómica del estadounidense George McManus *Bringing up father*. Nunca antes una historieta estadounidense había aparecido regularmente en Japón y ciertamente a primera vista parecía un contenido extraño para un diario de este país.¹ La tira era protagonizada por Jiggs, un inmigrante irlandés enriquecido en los Estados Unidos. En cada entrega el personaje principal tramaba una estratagema para irse de parranda con sus amigos, conseguir cerveza y vestir sencillamente; escapando así de las intenciones de su esposa Maggie, que buscaba convertirse en una dama de sociedad y exigía a su marido un comportamiento acorde al estatus adquirido con su riqueza.

El humor de la tira cómica descansaba en buena medida en los enredos causados por Jiggs para lograr sus empeños y las violentas represalias que sufría al ser descubierto por su esposa al final de cada episodio. Por otra parte, su comicidad apelaba a la experiencia urbana del inmigrante recién llegado a los Estados Unidos, así como a estereotipos étnicos de los inmigrantes irlandeses, de los cuales el mismo autor era descendiente directo. Si bien la primera de estas dos dimensiones humorísticas era la más accesible para el público japonés, es probable que careciese de los códigos de lectura de sus pares estadounidenses para descifrar la segunda dimensión. El contenido local de la tira hace parecer extraña la elección de *Bringing up father* para ser publicado en las páginas de un periódico japonés. ¿Cómo explicar entonces su aparición en el *Tokyo Asahigraph*?

La publicación de esta historieta en Japón no era un caso excepcional pues desde 1921 *King Features*, uno de los distribuidores más importantes de historietas dentro y fuera de los Estados Unidos, presumía que *Bringing up father* era publicada por periódicos en Londres, Buenos Aires, Copenhague, Milán, Hong Kong, Shangai, Manila y México.² Por otro lado, aunque la historieta de McManus se volvió popular en cada lugar a donde llegó,

¹ Brian Walker, "Being an artist is like laying bricks" en *Bringing up father: From sea to shining sea*, San Diego, California, IDW Publishing, 2009, p. 13.

² *Ibid.*, p. 12.

las tiras cómicas estadounidenses eran exportadas a distintos países por lo menos desde la década de 1910 y formaban junto con el cine un importante flujo que llevaba la cultura de Estados Unidos hacía el resto del mundo.

El periodismo de masas y la exportación de las historietas estadounidenses

La llegada de las películas de Chaplin y las tiras cómicas a Japón se enmarca en la transformación del panorama cultural europeo y estadounidense a finales del siglo XIX con el surgimiento de los medios de masas. Una serie de desarrollos técnicos, acompañados de cambios políticos y sociales que habían comenzado con la revolución industrial, impulsaron el desarrollo de nuevos medios de comunicación. Entre estos medios estuvo una nueva prensa dirigida tanto a los estratos medios y altos de la sociedad como a las masas trabajadoras, así como el surgimiento y popularización de la cinematografía.

La invención de la prensa rotativa a mediados del siglo XIX permitió la proliferación de periódicos cada vez más baratos y con tirajes más grandes, dando pie al surgimiento de verdaderas industrias periodísticas en ambos lados del Atlántico. El mejoramiento de las técnicas de impresión permitió que las nuevas publicaciones periódicas se poblaran de una cantidad cada vez mayor de gráfica dibujada; al tiempo que ocurría una revolución gracias a técnicas como el fotograbado y el medio tono que hicieron posible la inclusión de fotografías en la prensa. Para la década de 1880 las publicaciones europeas y estadounidenses se llenaron de todo tipo de imágenes.³

Para la última década del siglo XIX numerosos países europeos y los Estados Unidos contaban con robustas industrias periodísticas y con numerosas publicaciones que debían su éxito no sólo a la capacidad de imprimir cada vez más barato sino también a los nuevos modelos periodísticos popularizados por la prensa británica y estadounidense. Aunque las innovaciones fueron obra de varias publicaciones el magnate de la prensa Joseph Pulitzer tuvo un papel central en este proceso, ya que convirtió a su periódico *The New York World* en el modelo de una nueva forma de periodismo caracterizado por el sensacionalismo de sus noticias y la inclusión en sus páginas de notas policíacas, el deporte

³ Gerry Beegan, *The mass image. A social history of photomechanical reproduction in Victorian London*, Gran Bretaña, Palgrave Macmillan, 2008.

y secciones dedicadas al entretenimiento. Estos periódicos baratos, sensacionalistas y llenos de imágenes fueron recibidos entusiastamente por un nuevo público masivo formado principalmente por los inmigrantes que habían llegado a Estados Unidos en el último cuarto del siglo XIX.

Pero los cambios que trajo este nuevo periodismo no se limitaron a las características de las publicaciones sino también a las formas de administración de las mismas. Los diarios pronto fueron propiedad de grandes magnates que poseían más de una publicación, muchas veces en diferentes ciudades. El mismo Pulitzer era uno de ellos, pero sin duda William Randolph Hearst fue el más grande magnate los medios de información en la época, extendiendo su imperio a gran parte de Estados Unidos. Los periódicos de estos empresarios comenzaron a generar sus propios contenidos, lo que les permitió competir con las agencias de noticias como la neoyorquina Associated Press y la europea Reuters, que desde 1848 y 1851, respectivamente, vendían contenidos a la prensa internacional.⁴ El modelo de Hearst y Pulitzer se convirtió en un referente al interior de Estados Unidos, y pronto se trasladó a Europa a través de la prensa británica.⁵ Este mismo esquema no tardó en ser imitado en países como México, donde no sólo se reprodujo el modelo formal de los diarios neoyorquinos, sino que se comenzó a publicar contenido de las agencias y cadenas periodísticas extranjeras.

Debido a que las industrias periodísticas se habían desarrollado simultáneamente en Estados Unidos y Europa, ambos lados del Atlántico exportaron a la par información a otras regiones del mundo; sin embargo, no pasaría lo mismo con la historieta, un nuevo contenido periodístico donde pronto se vería que los flujos de exportación de la nueva cultura de masas favorecería claramente a la emergente potencia norteamericana sobre sus rivales europeos. Se ha debatido mucho si la historieta se originó en Estados Unidos a finales del siglo XIX o si en realidad fue un invento europeo de más viejo cuño.⁶ Sin

⁴ Sobre el desarrollo del periodismo en Estados Unidos y Europa ver Joel H. Wiener, *Americanization of the British press, 1830-1914. Speed in the age of transatlantic journalism*, Gran Bretaña, Palgrave Macmillan, 2011.

⁵ *Ibid.*, p. 154-210.

⁶ Una obra que ejemplifica la posición de que la historieta nació en Estados Unidos es David Manning White y Robert H. Abel (eds.), *The Funnies. An American idiom*, Estados Unidos, Collier/Macmillan, 1963. El estudio de los antecedentes europeos de la historieta ha sido llevado a cabo sobre todo en David Kunzle, *The early comic strip. Narrative strips and picture stories in the european broadsheet from 1450 to 1825*, Berkeley: University of California, 1973. y *The history of the comic strip. The Nineteenth century*, Berkeley,

embargo, como en los casos de la fotografía, el cine y casi cualquier tecnología, la invención de la historieta se debió a una serie de desarrollos en distintos momentos temporales y latitudes geográficas; aunque también es cierto que gran parte de esta historia tuvo lugar en el Nueva York de la última década del siglo XIX.

La proliferación de imágenes en los medios impresos de la década de 1880 derivó en el surgimiento de los suplementos periódicos creados para competir con publicaciones ilustradas como *Puck* y *Life*, que incluían desde caricaturas hasta experimentos de narración con imágenes. En especial Pulitzer incrementó el tamaño del suplemento de *The New York World* para atraer a nuevos lectores y en 1894 comenzó a publicar en él imágenes a color. Este sería el espacio donde Richard F. Outcault publicaría sus historias sobre la vida en un callejón ficticio llamado *Hogan's Alley* entre 1895 y 1898. Estas caricaturas no eran muy diferentes del trabajo de otros ilustradores, pero pronto se convirtieron en un espacio permanente donde Outcault empezó a experimentar con recursos como la narración de momentos cronológicamente sucesivos (separados en distintas viñetas) y la utilización de globos de diálogo.

Hogan's Alley alcanzó éxito de la mano de su personaje principal, un pequeño niño irlandés con la cabeza afeitada conocido como "The Yellow Kid", el cual se convirtió en el objeto de numerosas peleas legales al pasar su autor del diario de Pulitzer a trabajar para Hearst. La popularidad del personaje pronto provocó que otros periódicos quisieran algo similar, así que varios periódicos incluyeron en sus páginas historias cómicas contadas en viñetas y con personajes recurrentes.⁷ Pronto aparecieron numerosas series entre las que destacan por su éxito *The Katzenjammer Kids* (1897) de Rudolph Dirks⁸ y *Happy Hooligan* (1900) de Frederick Burr Opper. El éxito de este fenómeno fue tal que se comenzaron a publicar una gran cantidad de historietas que alcanzaron distintos grados de popularidad. Si bien autores como Outcault, Dirks y Opper, así como Winsor McCay, George Herriman, Bud Fisher, entre otros, han sido señalados como las figuras principales de los años formativos de la historieta, la cantidad de autores que colaboró en las páginas dominicales

University of California Press, 1990. Para un resumen de ambas perspectivas de este debate y sus implicaciones ver Santiago García, *La novela gráfica*, Bilbao, Astiberri, 2010, p. 48-71.

⁷ Según Ian Gordon la importancia central de "The Yellow Kid" es que convirtió a los personajes de las tiras cómicas en una mercancía redituable que podía ser creada y comprada por los periódicos. Ian Gordon, *Comic strips and consumer culture, 1890-1945*, Estados Unidos, Smithsonian Institution Press, 1998, p. 24-36.

⁸ Existieron dos versiones distintas de esta historieta, una realizada por Dirks y otra por Harold Knerr.

fue mucho más amplia y cada uno contribuyó en distinta medida al surgimiento de la historieta moderna.

Sin embargo, hay que evitar sobredimensionar el papel de los autores en el surgimiento y popularización de este medio, pues otro de los detonantes del fenómeno fueron los dueños y editores de los periódicos que empujaron a los dibujantes a producir tiras cómicas con el fin de hacer sus publicaciones más atractivas a los lectores. La figura de Hearst es en particular recordada por su involucramiento con sus tiras cómicas; pero su caso no fue la excepción pues a través de los años numerosos dueños y editores fueron piezas cruciales para el surgimiento, desarrollo y difusión del género.⁹ Además de que sólo gracias a la distribución que realizaron los llamados *syndicates*¹⁰ la tira cómica se convirtió en un fenómeno nacional y poco después en un producto de exportación.

Las grandes agencias de noticias existían desde mediados del siglo XIX, así que cuando surgió la historieta la compra de contenidos era una práctica común. En 1897 Pulitzer creó un suplemento dominical para varios de sus periódicos y un año después comenzó a venderlo a otras publicaciones; casi inmediatamente Hearst imitó las prácticas de su rival. A la par que las primeras historietas iban adquiriendo éxito más diarios produjeron sus propias tiras, y los que no podían hacerlo, especialmente los pequeños periódicos urbanos y rurales, optaron por comprarlas. Para la primera década del siglo XX había pequeñas organizaciones que distribuían historietas, pero también empezaban a crearse las grandes distribuidoras que a la larga dominarían el mercado.

En realidad los primeros *syndicates* surgieron de distintas formas: periódicos que distribuían sus historietas entre publicaciones que pertenecían a un mismo dueño, como Hearst y Pulitzer, para posteriormente pasar a venderlas a otros diarios; antiguas compañías distribuidoras de contenidos como el *T. C. McClure Syndicate*; y algunas nuevas empresas

⁹ Sobre el particular involucramiento de Hearst con *Krazy Kat*, una de las tiras más importantes del periodo, ver Ben Schwartz, "The Court Jester. Hearst, Herriman, and the death of nonsense", en Bill Blackbeard (ed.), *Krazy and Ignatz by George Herriman. "A mice, a brick and a lovely night."* *Cataloging the complete full-page comic strips, 1929-30*, 2ª ed., Seattle, Fantagraphics, 2008, p. 8-10. Otro ejemplo de un editor como figura clave de la creación de tiras cómicas fue Joseph Mendill Patterson que desde el *Chicago Tribune* proyectaría todo un grupo de importantes historietistas en la década de los veinte. Jeet Heer, "Dream big and work hard", en *Harold Gray's Little Orphan Annie, 1924-1927*, San Diego, IDW/The Library of American Comics, 2008, p. 11-27.

¹⁰ Algunas veces se ha traducido a los *newspapers syndicates* o *comic strips syndicates* como sindicatos de noticias y sindicatos de tiras cómicas; pero es más adecuado referirse a ellas como agencias, distribuidoras o servicios.

como la *World Color Printing Company*, que distribuía suplementos ya impresos a periódicos rurales. Entre 1903 y 1913 el número de periódicos en Estados Unidos que publicaban tiras cómicas creció de 45 a 113¹¹, y si para principios de siglo las historietas eran bastante populares su comercialización por los *syndicates* las difundió nacionalmente, convirtiéndose además en una experiencia compartida por personas de diversas regiones y estratos sociales que pronto llegaría más allá de las propias fronteras estadounidenses.¹²

Las grandes distribuidoras como la *King Features* y la *United Features*, que surgieron de la fusión de varias compañías independientes y compañías formadas por distintas publicaciones, fueron las que comenzaron a vender las historietas a periódicos fuera de Estados Unidos, llevando *Bringing up father* a los diarios de Japón, México y otros países.¹³ La tira de McManus no era la primera en salir del país y cuando llegó a Japón ya la precedía el cine de Charles Chaplin y las mismas revistas satíricas donde habían surgido los primeros historietistas. Por lo menos desde 1905 autores japoneses ya realizaban historietas influenciados por sus contrapartes estadounidenses y es probable que tiras elaboradas en Estados Unidos fueran publicadas en periódicos japoneses con anterioridad aunque no fuera de manera regular.¹⁴

Este proceso estaba inserto en una sustitución de la influencia europea como principal exportadora cultural en beneficio de una mayor presencia de la cultura hecha en Estados Unidos. Si antes de la Primera Guerra Mundial el principal exportador a nivel internacional de cine era Francia, seguido de Italia y Gran Bretaña, a finales de la década de 1910 Estados Unidos se había posicionado como principal productor y exportador de cine, apoderándose de su propio mercado interno presionando a las compañías europeas con condiciones comerciales desfavorables para ellas y después compitiendo con ellas en sus propios mercados, lo cual se acentuó con la desarticulación de muchas industrias fílmicas europeas durante la guerra.¹⁵ Pronto las historietas, el cine y la música establecerían un flujo cultural que llevaría numerosos aspectos de la cultura estadounidense a México y a todo el mundo.

¹¹ Gordon, *op. cit.*, p. 168.

¹² *Ibid.*, p. 37-43.

¹³ Sobre la historia de los *syndicates* ver Richard Marschall, "A history of newspaper syndication", en Maurice Horn (ed.), *The world encyclopedia of comics*, Estados Unidos, Avon, 1977, p. 719-725.

¹⁴ Maurice Horne, "Comics of the world: a short history", en Horn, *op. cit.*, p. 14 y 16.

¹⁵ Paul Grainge, Mark Jankovich y Sharon Monteith, *Film histories. An Introduction and Reader*, Edinburgh, Edinburgh University Press, 2008, p. 3-66.

Las *comic strips* en la prensa mexicana

Para finales del siglo XIX en la prensa mexicana ya había una constante presencia de caricaturas e imágenes de diversa índole.¹⁶ Sin embargo, aunque esta tradición sería un referente para los periódicos del siguiente siglo, el aumento de la influencia de las publicaciones estadounidenses transformó radicalmente a los diarios nacionales y en especial al material gráfico que publicaban. Los periódicos mexicanos fueron influenciados por las tendencias del periodismo estadounidense desde el último cuarto del siglo XIX y la inclusión sistemática de historietas importadas en la década de los veinte del siglo siguiente sólo venía a confirmar que el modelo a seguir era el de los vecinos del norte. Desde 1872 periódicos como *El Federalista* habían comenzado a practicar un periodismo informativo que se alejaba del estilo doctrinario característico de los periódicos de esa época.¹⁷ Con la fundación en 1880 de *El noticioso*, que como su nombre lo indica era un diario dedicado principalmente a la noticia en lugar del acostumbrado periodismo político, se refrendó que el estilo informativo era ya una fuerte influencia.

El modelo de las grandes industrias periodísticas estadounidenses fue implementado primero en México por Rafael Reyes Spíndola en *El Mundo* (1894) y *El Imparcial* (1896). Este personaje imprimió a sus publicaciones un rostro equiparable a los de los diarios estadounidenses, emulando su estilo y formato, dándole particular importancia a las imágenes y creando espacios para nuevas secciones que incluían la información y el entretenimiento. Pero Spíndola no se limitó a reproducir formalmente los diarios estadounidenses sino que gracias a la importación de maquinaria y la implementación de un modelo empresarial pudo emprender la publicación de grandes tirajes a un bajo precio.¹⁸ Su

¹⁶ Sobre la caricatura mexicana en las últimas décadas del siglo XIX vid. Rafael Barajas Durán, *El país de "El Ahuizote". La caricatura mexicana de oposición durante el gobierno de Sebastián Lerdo de Tejada (1872-1876)*, México, FCE, 2005; *El país de "El llorón de Icamole". Caricatura mexicana de combate y libertad de imprenta durante los gobiernos de Porfirio Díaz y Manuel González (1877-1884)*, México, FCE, 2007; *Posada: mito y mitote. La caricatura de José Guadalupe Posada y Manuel Alfonso Alamilla*, México, FCE, 2009; y Fausta Gantús, *Caricatura y poder político. Crítica, censura y represión en la ciudad de México, 1876-1888*, México, Colmex/Instuto Mora, 2009.

¹⁷ Irma Lombardo, *De la opinión a la noticia. El surgimiento de los géneros informativos en México*, México, Kiosko, 1992, p. 26 y 122-131.

¹⁸ Antonio Saborit, *Como mármol recién lavado. El Mundo Ilustrado de Rafael Reyes Spíndola*, México, Ediciones Sin Nombre/Conaculta, 2006, p. 37-37

manera de hacer periodismo definió el camino a seguir en las siguientes décadas, aún a pesar de que su proyecto estuviera subordinado al régimen de Porfirio Díaz.¹⁹

La revolución hizo que el periodismo político tuviera un nuevo auge, causó la desaparición de los diarios de Reyes Spíndola, y provocó la proliferación de pequeñas publicaciones afiliadas a una u otra de las distintas facciones armadas surgidas a lo largo de una década. Sin embargo, al comenzar a estabilizarse el país se fundaron importantes diarios que retomaron el proyecto de *El Imparcial*, como fueron *El Universal* (1916) y *Excélsior* (1917). Ambas empresas se inspiraron en el diario insignia de Spíndola y sus publicaciones hermanas, influencia que se vio acentuada porque varios de sus colaboradores habían participado con anterioridad en ellas. Por ejemplo, José Gómez Ugarte, futuro director de *El Universal*, había trabajado para *El Imparcial*; mientras que Rafael Alducin, fundador del *Excélsior*, era amigo de la familia Reyes Spíndola.²⁰

Las publicaciones periódicas de la posrevolución no sólo siguieron el modelo estilístico e industrial de *El Imparcial* sino que, como él lo había hecho, recurrieron a las agencias y servicios extranjeros para la compra de noticias y contenidos. Si bien la inclusión de noticias e imágenes obtenidas de otras publicaciones había sido desde siempre una práctica común en los periódicos, fue hasta mediados del siglo XIX con la fundación de las grandes agencias neoyorquinas y europeas que la venta de contenidos se formalizó como un negocio. Desde la década de 1880 agencias de noticias mexicanas surtían de información obtenida por vía telegráfica a los periódicos del país,²¹ posteriormente *El Imparcial* y muchos de sus contemporáneos comenzaron a contratar directamente los servicios de las agencias internacionales. Los diarios mexicanos comenzaron entonces a publicar una gran variedad de contenidos informativos y gráficos en sus páginas y cuando se fundaron periódicos como *El Universal* y el *Excélsior* era casi un requisito que contaran

¹⁹ *Ibid.*, p. 88-89.

²⁰ Laura Navarrete Maya, *Excélsior en la vida nacional, (1917-1925)*, México, IIF/UNAM, 2007, p. 112 y Juan Manuel Aurrecochea, *El Universal. Espejo de nuestro tiempo. 90 años de El Gran Diario de México*, México, MVS Editorial, 2006, p. 93.

²¹ Lobardo, *op. cit.*, p. 101-102.

con la información de las agencias,²² así como con fotografías, caricaturas e ilustraciones de importación.²³

Entre los contenidos extranjeros que se publicaban a finales de la década de 1910 se encontraban las tiras cómicas estadounidenses. Si bien desde finales del siglo anterior habían aparecido numerosas historietas provenientes de Europa y de Estados Unidos, su aparición era irregular y no se enmarcaba en una sección exclusiva. Por ejemplo, en las páginas de *El Universal* en sus primeros años podían encontrarse desde historietas humorísticas mudas hasta cuentos para niños en forma de historieta como “La caperucita roja”²⁴, “Juan el matador de Gigantes”²⁵ e incluso una sección especial, “Cuento diario para niños”²⁶, dedicada a la publicación de cuentos compuestos de una serie de viñetas acompañadas con textos al pie. En unos pocos años esto cambiaría y mientras que las historietas europeas fueron publicadas de manera cada vez más esporádica hasta desaparecer, se establecieron secciones permanentes con una o varias historietas compradas a las agencias estadounidenses.

Antes de comenzar a publicar regularmente historietas estadounidenses, *El Universal* experimentó en los primeros meses de 1917 con una de factura nacional: *Travesuras de Pancholín*. En sus escasos episodios, la historieta firmada por Dax narraba las aventuras y desventuras de un pícaro más emparentado, según el diario, con los personajes de fábulas europeos que con los protagonistas de las historietas estadounidenses:

De las regiones encantadas donde moran los personajes más conspicuos de la fábula infantil: Polichinela, Pulgarcito, Arlequín, Caperucita y otros mil personajes catalogados por los ilustres cuentistas, acaba de llegar a México, portando magníficas cartas de recomendación, el señor Pancholín, hombrecito célebre en el país de la

²² *El Universal* anunciaba en mayo de 1917 que contaba con los servicios de la Associated Press, Reuters, y servicios de España, Francia e Italia. *El Universal*, 16 mayo 1917, p. 1. *Excelsior* contaba a su vez con información de agencias similares. Navarrete, *op. cit.*, p. 123

²³ Para una historia general del periodismo en México ver María del Carmen Ruiz Castañeda, Luis Reed Torres y Enrique Cordero y Torres, *El periodismo en México. 450 años de historia*, 2ª ed., México, UNAM/ENEP-A, 1980.

²⁴ *El Universal*, 6 de mayo 1917, sección dominical, p. 12.

²⁵ *El Universal*, 27 de mayo 1917, sección dominical, p. 12.

²⁶ Juan Manuel Aurrecoechea señala que los cuentos ilustrados aparecidos en esta sección en particular eran de origen español; sin embargo ya que en algunos de ellos aparecen textos en francés en las viñetas me inclino a pensar que también había de origen francés. Aurrecoechea, *El Universal...*, *op. cit.*, p. 33. Un ejemplo de estos textos está en *El Universal*, 25 de junio de 1917, p. 3. Cuentos como los citados en la n. 23 y 24 probable sí provinieran de España.

fantasía, por sus regocijadas hazañas y aventuras, muy otras de las que llevaron a cabo en diferentes épocas sus compañeros.²⁷

El diario declaraba que las aventuras del personaje “no son una grotesca imitación de los ingenios turbios de Norte América”²⁸ y por eso ponía especial énfasis en emparentar la obra con la literatura europea. Sin embargo, *Pancholín* era una tira de humor que emulaba a las tiras cómicas estadounidenses en su formato, temática, y en sus recursos gráficos y humorísticos. La tira ocupaba la duodécima página del suplemento dominical, tenía el título en una cabecera que era característica de los *sundays*²⁹ estadounidenses, estaba dividida en doce viñetas de igual tamaño, utilizaba globos para expresar diálogos y sus *gags* consistían principalmente en un humor basado en la violencia muy común en las tiras cómicas estadounidenses (**Imagen 1.1**).

Para *El Universal* era importante la inclusión de material cómico a color en su suplemento dominical y por ello la tira se anunció diariamente en las primeras páginas durante la semana anterior a su aparición. La historieta se imprimía en la última página del suplemento ya que solamente ésta y la primera eran a color, abriendo y cerrando una sección dominical compuesta por variedades. Según el diario, las *Travesuras de Pancholín* estaba destinada al público infantil, ya que se aseguraba que él “no ha nacido para divertir a las personas mayores, sino a los pequeños”.³⁰ Las *travesuras de Pancholín* fueron publicadas irregularmente por lo menos hasta mayo de ese mismo año. En ocasiones la tira aparecía a una sola tinta y en ocasiones se interrumpía su publicación, siendo suplantada por cuentos en viñetas de probable manufactura extranjera. Esta inconsistencia refleja la probable inexperiencia del artista y el periódico en producir y publicar una historieta semanal; pero su aparición sugiere la existencia de una voluntad de establecer una sección fija dentro del diario con este tipo de material.

²⁷ *El Universal*, 26 de marzo de 1917, p. 1.

²⁸ *El Universal*, 25 de marzo de 1917, p. 3.

²⁹ Las primeras historietas estadounidenses eran publicadas en varios formatos. Un *sunday* era una historieta normalmente a color que ocupaban una plana completa o la mayor parte de ella y eran publicadas los domingos, un *daily* era una historieta en forma de tira que solía publicarse diariamente. Algunas veces un *sunday* era acompañado por una tira a color en la misma plana que es conocida como *topper*. Existían tiras que sólo eran publicadas en formato dominical o en formato diario, otras contaban con una tira diaria durante la semana y una edición el domingo.

³⁰ *El Universal*, 27 de abril de 1917, p. 1.

TRAVESURAS PANCHOLIN DE

POR DAX



PROXIMAMENTE APARECERA
E I UNIVERSAL ILUSTRADO

Imagen 1.1
Dax, Travesuras de Pancholín, El Universal, 22 de abril 1917, suplemento dominical, p. 12.

Hasta agosto de ese año la duodécima página del suplemento dominical fue cubierta con cuentos infantiles, historietas publicitarias y alguna otra que remitía más a la tradición gráfica de la caricatura política que a la de las tiras cómicas estadounidenses. También apareció una historieta de media plana que probablemente era obra del mismo autor que las *Travesuras de Pancholín*, la cual llevaba por nombre “A Paquito le sale el tiro por la culata” y sólo tuvo un solitario episodio.³¹

Ese mismo mes el periódico anunció:

Heroicas aventuras del papá de Pancholín [...] Nuestros lectores recordarán que Pancholín desapareció misteriosamente de las páginas de EL UNIVERSAL, y como Pancholín, al igual que muchos chicos, tiene papá, pues éste, desesperado y lleno de congoja, se ha propuesto encontrarlo, y, para el efecto, ha pedido informes a la policía; ha hecho viajes al interior, ha frecuentado los cines, ha pedido la ayuda de agentes de la secreta, ha subido en aeroplano; se ha disfrazado de mecánico, y en las noches, ha ido a los fonduchos de los arrabales, para comunicarse con la hez de los rateros; ha vestido el frac y ha concurrido a las fiestas aristocráticas, a los bailes de fantasía, a los teatros de postín, a los banquetes; pero nada... todo infructuoso... todo en vano; Pancholín, su querido hijo no ha aparecido. [...]

En vista de esto, el papá de Pancholín, el autor de sus días, iniciará desde mañana, en el suplemento de EL UNIVERSAL, sus heroicas aventuras, buscando al hijo de sus entrañas que tanto pesar le causa.³²

El día siguiente se comenzó a publicar bajo el nombre de *Aventuras del papá de Pancholín, Happy Hooligan*, la exitosa historieta de Frederick Burr Opper que narraba las desventuras de un vagabundo que siempre acababa siendo víctima de su propia inocencia al causar accidentalmente problemas por los que era severamente castigado. La historieta era importada y por supuesto carecía de cualquier referencia al supuesto hijo del personaje principal. Sin embargo, en un intento por adecuar los diálogos de la historieta a México, Happy (nombre del personaje principal) era cambiado por Panchito, y en su primer dialogo hacía referencia al poeta español Gaspar Núñez de Arce (**Imagen 1.2**).

³¹ *El Universal*, 8 de julio de 1917, suplemento dominical, p. 12.

³² *El Universal*, 4 de agosto de 1917, p. 1.



Imagen 1.2
 Frederick Burr Opper, *Las Aventuras del papá de Pancholín*,
 (traducción de episodio de *Happy Hooligan*), detalle, *El Universal*, 5 de agosto 1917, suplemento dominical, p. 12.

A partir de este momento la publicación de historietas estadounidenses en la sección dominical de *El Universal* se convirtió en una constante. Inicialmente las historietas sólo ocupaban una página del suplemento, pronto pasaron a ser dos y para 1922 el diario contaba con cuatro páginas de historietas importadas. Las tiras publicadas no siempre fueron las mismas, aunque la obra de Opper siguió

estando presente en los siguientes años. Entre otras historietas aparecidas en el diario estuvieron *Mutt and Jeff* (*Mutt y Jeff*) de Bud Fisher³³, *Boob McNutt* (*Don Simplicio Bobadilla*) de Rube Goldberg, y *Toots and Casper* de Jimmy Murphy.³⁴

En lo que respecta a otros periódicos, *Excélsior* comenzó a publicar historietas estadounidenses a la par que *El Universal*. Este diario incluyó en sus páginas tiras diarias y no sólo las historietas dominicales, y fue la primera en publicar las entregas diarias de *Mutt and Jeff* (*Aventuras de Mutt y Jeff*) y *Bringing up father* (*Casos y cosas de Don Folias; Educando a Papá*), historietas que junto con las de Opper serían las más influyentes entre los historietistas mexicanos de los años veinte. Al comenzar esta década el diario contaba con un nutrido suplemento de historietas importadas, sección que mantuvo incluso mientras *El Universal* decidía retirar las historietas estadounidenses de sus páginas en 1927 a favor de las producidas localmente. *El Herald de México*, una publicación fundamental para el

³³ Años antes de que comenzara su publicación en México, ya se había proyectado en el país por lo menos una de las numerosas cintas animadas de estos personajes y tal vez el hecho de que ya fueran conocidos por el público mexicano influyó en que no se intentara traducir sus nombres originales.

³⁴ Entre paréntesis aparecen los nombres con los que estas historietas fueron publicadas en México.

desarrollo de la historieta en México, comenzó publicando tiras en inglés en su sección *An English page for English Readers*, y posteriormente incorporó algunas tiras diarias y dominicales. Por su parte *El Demócrata* incluyó en su suplemento dominical *Little Orphan Annie* (*La cenicienta*) de Harold Gray y *Smitty* (*Juanillo*) de Walter Berndt, entre otras.³⁵

Todos los géneros de la historieta estadounidense tuvieron algún representante en México, *kid strips*, *family strips*, *animal strips* y *girl strips*. Las tiras que llegaron a México fueron compradas a las grandes distribuidoras estadounidenses y eran algunas de las más populares en aquel país. Las primeras historietas compradas por *El Universal* y *Excélsior* fueron adquiridas a través de las agencias de Hearst, siendo de particular importancia la *King Features Services*, que operaba como agente de ventas de otras compañías propiedad del magnate y a la larga acabaría por absorberlas.³⁶ Hearst sería el principal vendedor de historietas en México, y sólo algunas compañías como el *Bell Syndicate* lograron establecer algún tipo de competencia, debido a que *Mutt y Jeff*, una de sus tiras más populares, pasó a ser propiedad de esta compañía rival.³⁷ Las secciones dominicales de *El Heraldo de México* y *El demócrata* adquirieron sus historietas con otras compañías. Algunas de las publicadas por el primer diario fueron compradas a *The Sun-Herald Corporation*, propiedad del *New York Herald* y *The New York Sun*. El segundo, por su parte, publicó tiras cómicas del *Chicago Tribune-New York News Syndicate*, ligado a importantes diarios administrados por Joseph Mendill Patterson y Robert R. McCormick, en los cuales surgirían algunas de las tiras más importantes de la década de los veinte.

Al finalizar la década la historieta había desbordado los suplementos dominicales de los periódicos capitalinos. Las escasas tiras en inglés, como las publicadas por *El Heraldo de México*, estaban dirigidas a los estadounidenses residentes en México; pero ¿a quién se dirigían las numerosas historietas publicadas en español? Está claro que *Las Aventuras de Pancholín* formaban parte del material del suplemento dominical de *El Universal* que esperaba llegar a un público infantil probablemente de clase alta y en cierta medida a los

³⁵ La identificación de tiras estadounidenses en periódicos mexicanos se llevó a cabo con Jerry Robinson, *The comics. An Illustrated History of comic strip art, 1895-2010*, Oregon: Dark Horse Books, 2011 y Brian Walker, *The comics. Before 1945*, Nueva York, Abraham, 2004.

³⁶ Entre las otras distribuidoras de Hearst que le vendieron material en México estuvieron la *Star Features Company* y *International Features Services*. Sobre los *syndicates* de Hearst *vid.* Marschall, *op. cit.*, p. 723.

³⁷ El interés de este caso descansa en que a pesar del cambio de compañía de la tira, el *Excélsior* siguió publicándola, lo cual sugiere que los editores, y probablemente el público, habían desarrollado una predilección por algunas obras, y que el diario buscó mantener la misma historieta a pesar de que tuviera que comprársela a una empresa distinta.

estratos medios.³⁸ La historieta estadounidense había surgido en parte como divertimento infantil, aunque pronto había comenzado a buscar un público familiar.

Alfred Andriola, un historietista estadounidense, recordaba cómo durante su infancia en las primeras décadas del siglo XX la lectura de las historietas de la prensa se había convertido en un ritual del que participaban todos los miembros de su familia.

¡En los domingos había historietas a todo color! En nuestra casa incluso pudieron ser llamadas las bromas a esa altura. Estoy bastante seguro que una de mis hermanas debió haber dicho “¿Viste las bromas hoy?”

Era el ritual dominical: las historietas eran pasadas de mano en mano, y finalmente, regresaban a mí, cortaba cuidadosamente las que más me gustaban y las conservaba en sobres, apiladas en una silla en mi cuarto.³⁹

Más allá de estas anécdotas, estudios de la década de los cuarenta y posteriores señalan que las tiras cómicas de los periódicos habían alcanzado un público heterogéneo en cuanto a edad, sexo y extracción social,⁴⁰ y nada hace suponer que esto fuera diferente para los veinte. Por su parte, Jerry Robinson señala que a partir de 1910 con la consolidación del formato diario y la aparición de nuevas temáticas marcadas por un marcado tono realista, como la familia y la vida en pareja, así como con el surgimiento de tiras como *Krazy Kat* que lindaban en lo surrealista y absurdo, las historietas comenzaron a estar dirigidas mayormente hacia un público adulto.⁴¹

Las temáticas de las historietas estadounidenses publicadas en México durante esos mismos años hacen difícil imaginar que éstas fueran leídas principalmente por un público infantil. Buena parte de las historietas incluían extensos diálogos que exigían un dominio de la lectura que difícilmente poseían los niños más pequeños y varias de las tiras tenían temáticas que hacían constante referencia a aspectos de la vida adulta como las relaciones matrimoniales, situaciones laborales e incluso podían contener en ocasiones humor político.

³⁸ Salvador Novo, que en su primera infancia era parte de una familia acomodada, recuerda en sus memorias juveniles su afición de niño a los suplementos dominicales de los diarios capitalinos anteriores a la revolución. Salvador Novo, *La estatua de sal*, México, FCE, 2008, p. 81.

³⁹ Testimonio de Alfred Andriola, en Robinson, *op. cit.*, p. 142. Mort Walker, otro historietista también recuerda a su padre leyendo tiras cómicas como parte de su rutina matinal. Testimonio de Mort Walker, en *Ibid.*, p. 217.

⁴⁰ Edward J. Robinson y David Manning White, “Who reads funnies and why?”, en Manning y Abel, *op. cit.*, p. 179-189.

⁴¹ Robinson, *op. cit.*, p. 73 y ss.

En este sentido es probable que el público mexicano fuera tan heterogéneo como el estadounidense en edad.

En cuanto a la extracción social es probable que el público mexicano fuera más limitado que el estadounidense. Según el censo de 1921 más del 65 % de la población mayor de 10 años era analfabeta⁴² y una década después el porcentaje de analfabetismo era del 59 %⁴³, lo cual reduce significativamente el público al que los diarios y las historietas potencialmente podían llegar. Aún dentro de la población alfabetizada es probable que las historietas sólo llegaran a un pequeñísimo sector de la población. *El Universal*, que era uno de los periódicos con mayor tiraje, publicaba desde finales de la década del diez tener un tiro promedio de 80 000 ejemplares, el cual con un cálculo optimista de dos lecturas por ejemplar alcanzaría solamente a cubrir el 1% de la población.⁴⁴

Ian Gordon señala que para 1903 la historieta en Estados Unidos era un fenómeno nacional extendido en zonas urbanas y rurales, alcanzando los tirajes de la prensa con historietas a cubrir el 42% de la población.⁴⁵ Los lectores mexicanos de las mismas historietas, aún tomando en cuenta los posibles tirajes conjuntos de los periódicos que las publicaban, sólo constituirían probablemente una minoría urbana de clase media y alta. Una minoría, por otro lado, nada despreciable para la época, pues las historietas estaban llegando a miles de lectores.

Es difícil conocer la experiencia del público mexicano frente a las historietas estadounidenses. Es muy probable que buena parte de los códigos y referencias locales se perdieran por la simple razón de que eran irreconocibles para los mexicanos. Por ejemplo, el personaje principal de *Bringing up father* era representado como un hombre corpulento, de baja estatura y de rasgos simiescos (**Imagen 1.3**). A un lector mexicano esta caracterización podía no decirle nada en particular, pero en Estados Unidos era la expresión gráfica del estereotipo de los inmigrantes irlandeses.⁴⁶ En México, la historieta se convirtió

⁴² Departamento de Estadística Nacional, *Resumen del Censo General de Habitantes*, México, Talleres Gráficos de la Nación, 1928, p. 101.

⁴³ Departamento de Estadística Nacional, “Quinto Censo de Población. Tabuladores Básicos”, en <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ccpv/cpv1930/default.aspx>.

⁴⁴ En diciembre de 1917 el diario aseguraba tener un tiro de 86, 250 ejemplares, cifras similares aparecieron a lo largo de ese año. Es probable que la cifra se exagerara como parte de una campaña de autopromoción. *El Universal*, 19 de diciembre de 1917, p. 1.

⁴⁵ Gordon, *op. cit.*, p. 40 y 167.

⁴⁶ Harvey, R. C., “Father was more than just another nut case”, en *George McManus's Bringing up father*, Nueva York, NBM, 2009, p. 11.



Imagen 1.3

George McManus, *Casos y cosas de Don Folias*, (traducción de episodio de *Bringing up father*), *Excelsior*, 7 de enero 1918, p. 7.

en *Casos y cosas de Don Folias* donde el contenido étnico desapareció y la tira se redujo a un hombre con malas costumbres que era reprimido por su esposa y no un inmigrante irlandés que había pasado de la pobreza a tener que acostumbrarse a las reglas de la alta sociedad.

La reacción que el mismo Alfred Andriola, que era hijo de italianos, recordaba tener ante *Bringing up father*, evidencia la importancia del humor étnico en la tira para un lector que vivía su vida en Nueva Jersey entre inmigrantes.

¿Dónde había visto alguna vez un millonario irlandés que siempre usara pantalones y un sombrero de copa y cuya endemoniada esposa le lanzara rodillos porque quería comer carne y pollo? No en nuestra casa.⁴⁷

Al comenzar la distribución nacional de sus historietas en Estados Unidos, los mismos autores se habían percatado de que sus trabajos cada vez estaban llegando a públicos más amplios y que tenían que adecuarse a esto, dejar de lado referencias locales y apelar a la experiencia que pudiera tener un lector estadounidense promedio. Fontaine Fox, otro historietista estadounidense, afirmaba:

Al dibujar para muchos periódicos dispersos, en lugar de uno solo publicado en la ciudad en la que vivía, tuve que alterar la clase de trabajos que había estado realizando. Me di cuenta de la necesidad de identificarme con lo que pensaban mis seguidores a través de una serie de personajes, para hacer cada caricatura tan atractiva para San Francisco como para Nueva York.⁴⁸

Las historietas estadounidenses incluían una amplia gama de referencias locales, pero al mismo tiempo sus temáticas eran lo suficientemente universales para que fueran susceptibles de tener éxito en Japón y México, aún cuando perdieran parte de su contenido al ser traducidas a otros idiomas. La experiencia del “doblaje” de las tiras resignificó en parte su contenido y definió la experiencia de los lectores de cada lugar a donde éstas llegaron. En México, se acostumbró cambiar los nombres originales por nombres locales, como “Happy Hooligan” por “Juan el Bobo” o “Rosie” por “Rosita Martínez”, evidenciando la necesidad de nacionalizar los contenidos al menos en algunos aspectos.

⁴⁷ Testimonio de Alfred Andriola, en Robinson, *op. cit.*, p. 142.

⁴⁸ Fox Fontaine citado en Robinson, *op. cit.*, p. 97.

Los nombres de historietas como *Boob McNutt* y *Bringing up Father* fueron traducidas con nombres de personajes de publicaciones satíricas del siglo XIX como “Don Simplicio” y “Don Folias”, y es probable que las primeras historietas se leyeran por los mexicanos desde la experiencia de la prensa satírica.

Inicialmente las traducciones de las historietas eran realizadas por los mismos periódicos. Ellos recibían las matrices originales en inglés y eliminaban los diálogos, así como el título y algunas otras leyendas, y al imprimir el suplemento se superponía la versión traducida sobre los globos vacíos. Sólo en algunas ocasiones se llegó a hacer el rotulado de caracteres a mano (**Imagen 1.1**), mientras que lo más común fue que se realizara con los caracteres tipográficos del mismo periódico (**imagen 1.4**). El procedimiento era complicado ya que había que hacer coincidir los nuevos diálogos con el espacio que había en los globos vacíos. Ocasionalmente se imprimían historietas con diálogos erróneos e invertidos, y algunas veces la falta de espacio en el globo original obligaba al periódico a colocar los nuevos caracteres en sentido vertical. Incluso en un principio *El Heraldo de México* prefirió imprimir sus historietas con los diálogos debajo de la viñeta (**Imagen 1.5**).

El empleo de los caracteres del periódico permite identificar cuales tiras fueron traducidas por el diario y cuales recibía en español, pues eventualmente las mismas agencias distribuidoras vendieron las tiras en el idioma del diario comprador, las cuales eran rotuladas a mano con un mismo estilo de letra. En los años sesenta David Manning White refería como un editor de historietas explicaba las consideraciones que se tenían al hacer estas traducciones. En unos episodios de una tira donde los protagonistas acababan envueltos en una aventura en un país latinoamericano gobernado por un dictador, los traductores se veían obligados por lo sensible del tema a transformar ese país mediante los diálogos en la Unión Soviética.⁴⁹ Las traducciones de las compañías distribuidoras trataban de adecuar sus historietas a los idiomas y contextos de los países a donde las exportaban mediante los diálogos, traduciendo no solo las palabras sino las situaciones. El mismo editor, por ejemplo, explica como el acento irlandés de un personaje podía ser cambiado en acento español para publicar la misma tira en Montevideo.⁵⁰

⁴⁹ David Manning White, “Comics and the american image abroad”, en Manning y Abel, *op. cit.*, p. 75.

⁵⁰ *Ibid.*, p. 76.



Imagen 1.4

Bud Fisher, *Las aventuras de Mutt y Jeff*, (traducción de episodio de *Mutt and Jeff*), detalle, *El Universal*, 22 de enero 1922, p. 7.

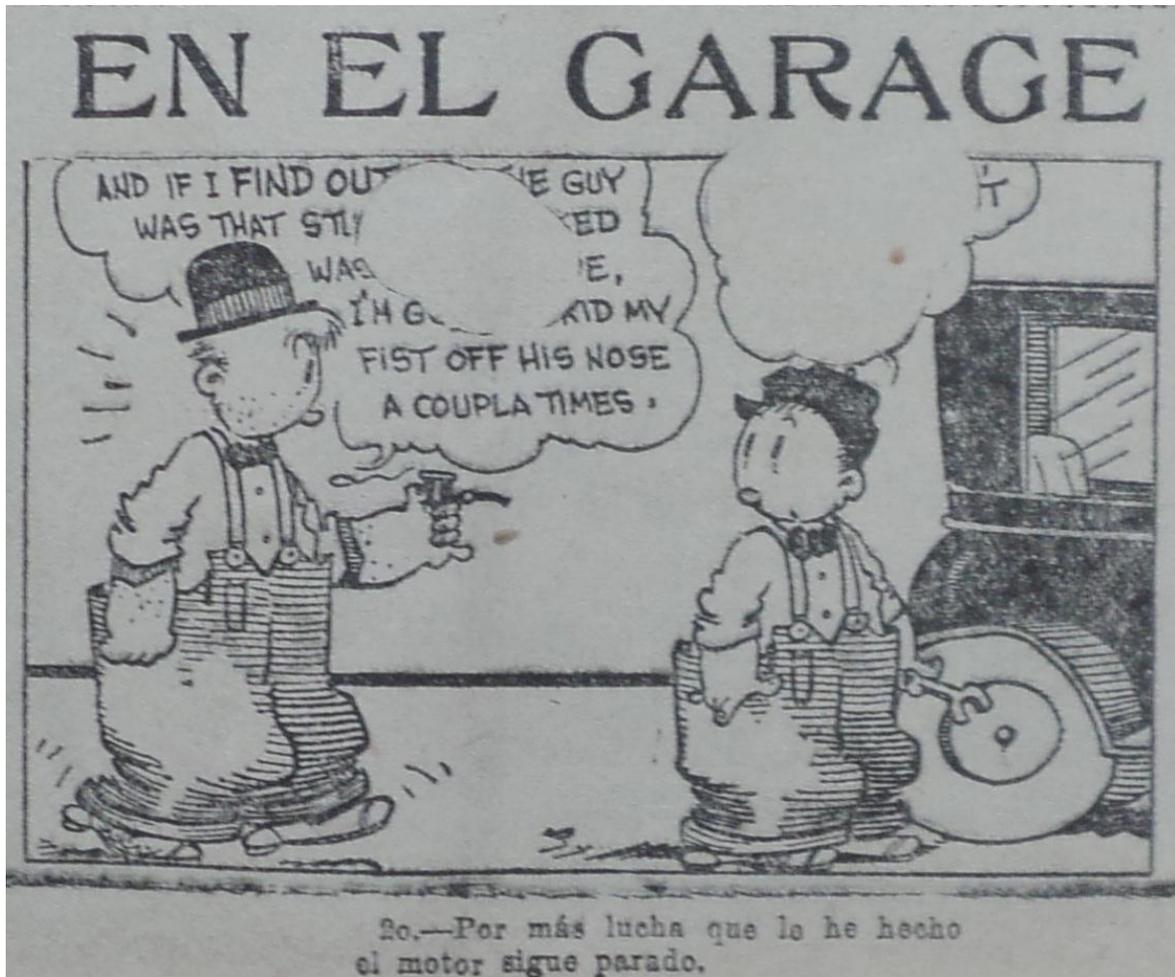


Imagen 1.5

Gene Ahern, *En el garage*, (traducción de episodio de *Auto Otto*), detalle, *El Herald de México*, 21 de abril 1921, p. 11.

Así como las traducciones de las agencias, las traducciones de los mismos periódicos intentaban adecuar ocasionalmente el contenido de la tira a México. Se podía escuchar a los personajes de McManus pedir prestado un aztequita⁵¹ o preguntar la hora de salida del tren a Tula⁵² y ver al protagonista masculino de *Toots and Casper* corriendo con su hijo en brazos mientras exclamaba “Ya vamos, ya vamos, pero, no chilles. A ver si alcanzamos el desfile en el zócalo”.⁵³ También era común intercambiar el nombre de *Santa Claus* por el de algún rey mago, tomando en cuenta además que las tiras decembrinas eran publicadas con aproximadamente un mes de atraso en México.

En algunas ocasiones, sobre todo en la publicación de las primeras historietas estadounidenses, se llegaba a cambiar todo el sentido de la historieta a través de la traducción y se utilizaba como estructura para contar un chiste, como es el caso de la **Imagen 1.5** donde se puede ver la falta de relación entre los fragmentos visibles del diálogo original y la traducción que aparece al pie. El mismo recurso se utilizaba para reciclar la gráfica de algunas caricaturas extranjeras y durante la revolución los diarios anti-maderistas llegaron a transformar historietas estadounidenses en propaganda contra el gobierno.⁵⁴ Sin embargo, ya para la década de los veinte la traducción de historietas estadounidenses se apegaba a la trama original.

Es difícil saber si las adecuaciones realizadas mediante la traducción permitían que el lector disfrutara de las tiras cómicas estadounidenses como si los acontecimientos que narraban sucedieran en México o si en cambio estas eran leídas a conciencia de que eran productos de importación. Lo que queda claro es que su presencia en la prensa periódica fue en aumento durante toda la década creando un espacio constante donde aparecían representaciones de la de los valores, prácticas culturales y en general la experiencia de vida en las ciudades de Estados Unidos.

Julieta Ortiz Gaitán señala que se puede observar en la publicidad cómo la influencia ejercida por los imaginarios europeos de la modernidad estaba siendo desplazada

⁵¹ *El Universal*, 11 de noviembre 1917, suplemento dominical, p. 12.

⁵² *El Universal*, 6 de enero 1918, suplemento dominical, p. 10.

⁵³ *El Universal*, 14 de febrero 1926, 4º sección, p. 4.

⁵⁴ *vid.* Juan Manuel Aurrecoechea y Armando Bartra, *Puros Cuentos. La historia de la historieta en México, 1874-1934*, México, Conaculta/Museo Nacional de Culturas Populares/Grijalbo, 1988, p. 141.

por la influencia cultural estadounidense.⁵⁵ La historieta era parte de esa misma transformación. Las tiras cómicas reflejaban numerosos aspectos del estilo de vida estadounidense, además de que en ellas aparecían constantemente retratados elementos distintivos de la modernidad como los automóviles, los aeroplanos, los fonógrafos, etc. La historieta ofreció a lectores distantes una experiencia compartida independiente de su realidad local, lo cual constituye una de las cualidades características de la experiencia moderna, además de que tuvo un papel crucial en el desarrollo de los patrones culturales y de consumo característicos de las siguientes décadas.⁵⁶ Su aparición semanal en los periódicos mexicanos era parte de la difusión de esa misma experiencia en otras latitudes. Los lectores mexicanos de historietas podían representar una minoría en comparación con sus pares estadounidenses; pero no formaban un grupo aparte, formaban junto con ellos una parte de una población mundial que tenía cada vez más referentes y experiencias compartidas.

Las primeras historietas mexicanas

La historia de la historieta en México suele remontarse hasta los códices precolombinos y los catecismos con imágenes de la Nueva España. Más allá de estos remotos e improbables antecedentes es cierto que existían desarrollos de este lenguaje en la gráfica nacional antes de la presencia de la historieta estadounidense en la prensa mexicana.⁵⁷ Tanto en la ilustración como en la caricatura satírica y política se habían comenzado a desarrollar durante el siglo XIX algunos elementos de lo que después sería el lenguaje historietístico; como la narración con imágenes, la descomposición de un solo momento en distintas viñetas y el desarrollo de algunos de los temas tópicos de las futuras historietas. Fuertemente influidos por la gráfica europea, especialmente por la caricatura y por narraciones ilustradas como las aleluyas y romances, los artistas mexicanos ya habían desarrollado herramientas de narración gráfica propias cuando la importación de material

⁵⁵ Julieta Ortiz Gaitán, *Imágenes del deseo. Arte y publicidad en la prensa ilustrada mexicana (1894-1939)*, México, UNAM/Dirección General de Estudios de Posgrado, 2003, p. 302-322.

⁵⁶ Gordon, *op. cit.*, p. 37-58.

⁵⁷ Numerosos autores han señalado el error de intentar llevar los antecedentes de la historieta hasta estos improbables antecedentes, poniendo el acento en el entendimiento de la historieta como un fenómeno contemporáneo. *vid.*, Kunzle, *op. cit.*, p. 3.

extranjero comenzó a influirlos.⁵⁸ Entre los últimos años del siglo XIX y las primeras décadas del XX la historieta estadounidense abarrotó las páginas de las publicaciones mexicanas, lo cual provocó que ésta se estableciera como una fuerte influencia en el estilo de los artistas mexicanos, progresivamente dando pie a que se comenzaran a elaborar localmente trabajos muy similares a los aparecidos en los periódicos neoyorkinos.

Aunque se han intentado señalar distintas obras como la primera historieta mexicana, el surgimiento de este género en México fue resultado de un lento evolucionar de tradiciones gráficas y la incorporación de la influencia de artistas europeos y estadounidenses.⁵⁹ Una lista de los pioneros debería remontarse a buena parte del siglo XIX, resultando un listado extensísimo y que tendría numerosas omisiones, ya que es probable que muchos precursores permanezcan aún en el anonimato. Sin embargo, los primeros historietistas modernos comenzaron a surgir en la prensa comercial de los últimos años del Porfiriato.

A la par que las publicaciones de Spíndola y de sus epígonos se llenaban de contenidos extranjeros se comenzó a abrir la posibilidad de que dibujantes mexicanos participaran en ellas realizando ilustraciones, caricaturas e historietas. En las redacciones de *El Mundo*, *El Imparcial*, *El popular*, *La Risa*, *Frivolidades*, entre otras, fueron surgiendo las primeras historietas de manufactura nacional de la mano de autores como Carlos Alcalde, Rafael Lillo, Ernesto García Cabral, Santiago R. de la Vega e incluso José Clemente Orozco. Todos ellos artistas que encontraban en la prensa una nueva manera de adquirir ingresos realizando historietas cómicas breves de temas frívolos con una marcada influencia de la prensa humorística europea y estadounidense, pero aún sin adquirir los modelos de las historietas de los suplementos dominicales del vecino del norte.

Durante la década de la revolución muchos de estos artistas realizaron caricaturas antimaderistas y contra la revolución, a la par que revolucionaban los recursos de la gráfica dibujada.⁶⁰ Esta coyuntura política significó un cambio de rumbo para los primeros

⁵⁸ Sobre las tradiciones gráficas precedentes al desarrollo de la historieta mexicana con influencia estadounidense *vid.*, Aurrecoechea y Bartra, *op. cit.*, p. 13-85.

⁵⁹ Un ejemplo de esto es Hugo Arturo Cardoso Vargas, “Rosa y Federico. Novela ilustrada contemporánea”, en *Revista Latinoamericana de Estudios sobre la Historieta*, La Habana, Cuba, v. 2, n. 8, diciembre de 2002, p. 240-252.

⁶⁰ *vid.* Thelma Camacho Morfin, “Las revoluciones del lenguaje gráfico en la prensa mexicana, el caso de la caricatura 1900-1950”, ponencia presentada en la *XIII Reunión de Historiadores de México, Estados Unidos y Canadá*, 2010, p. 8.

historietistas mexicanos que pasaron de participar en la prensa frívola de finales del Porfiriato a la prensa política de la revolución. Por otro lado, el estado del país por la lucha armada dificultó la importación de contenidos, además de que la industria periodística sufrió los estragos de la lucha política, cerrándose muchos diarios y fundándose nuevos.⁶¹

El destino de estos primeros historietistas fue variado. Carlos Alcalde falleció en 1917; ese mismo año José Clemente Orozco partió a Estados Unidos y con el tiempo se convirtió en un connotado muralista y pintor de caballete, abandonando por completo la historieta; Ernesto García Cabral visitaría esporádicamente el género en sus próximos años pero se dedicó principalmente a la ilustración y la caricatura el resto de su carrera; por su parte, Santiago R. de la Vega si bien continuó en los años inmediatos realizando caricaturas e historietas para *El Heraldo de México*, a la larga se concentró en su carrera como periodista.

Estos primeros autores no eran historietistas profesionales, realizaban tiras cómicas como uno de los contenidos solicitados por las publicaciones para las que trabajaban como caricaturistas, ilustradores y periodistas. La mayoría de sus trabajos consistía en episodios autocontenidos centrados en *gags* cómicos y sólo en caso excepcionales, como *Las desventuras de Adonis* de Rafael Lillo, se desarrollaron como episodios seriados y con personajes recurrentes. Una excepción a esto fue Juan Bautista Urrutia, probablemente el único historietista profesional de su generación, quien realizó trabajos publicitarios para la cigarrera El Buen Tono desde 1899 hasta 1938; sin embargo su labor por ser de corte publicitario merece mención aparte.⁶²

Los historietistas que siguieron a esta primera generación se caracterizaron por haberse formado bajo el tutelaje de algunos de los artistas anteriores y su obra estuvo cada vez más influenciada por las historietas estadounidenses. Si sus predecesores se habían desarrollado principalmente en los talleres de los grabadores y en las academias de arte en las últimas décadas del siglo XIX, los nuevos historietistas lo hicieron en mayor medida en las mesas de dibujo de las publicaciones periódicas de la primera década del siglo XX; y su bagaje visual incluía tanto los trabajos de sus predecesores como las historietas importadas

⁶¹ Sobre estos primeros historietistas *vid.* Aurrecoechea y Bartra, *op. cit.*, p. 87-159.

⁶² *vid.*, *Ibid.*, p. 128-138 y Thelma Camacho Morfín, *Las historietas de El Buen Tono de Juan B. Urrutia, 1909-1912*, México, Instituto Mora, 2002, 123 p.



Imagen 1.6
Andrés Audiffred, *Don Lupito*, detalle, *El Heraldo de México*, 12 de octubre 1919, p. 8.

UNA HISTORIETA PARA NIÑOS

LAS CUENTAS ALEGRES DEL RANCHERO



1.—Este ranchero del interior penetró en un restaurant de México y pidió de cenar.



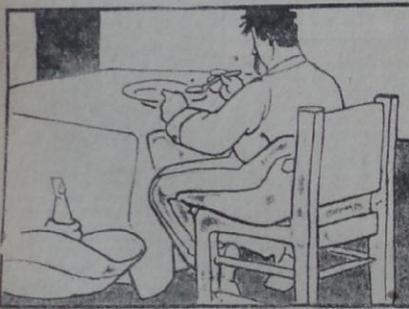
2.—Pero consultando el nudo del pañuelo, donde guardaba las monedas, advirtió que los centavos brillaban por su ausencia.



3.—Empezó a hacer cuentas, y después de rascarse la cabeza, estableció con el mozo este diálogo:



4.—Oiga, amigo, ¿cuánto vale un "bistá"?
 —Un peso cincuenta.
 —¿Y un plato de sopa?
 —Setenta y cinco centavos.
 —¿Y un par de huevos?
 —Setenta y cinco centavos.



5.—Buena, pues tráigame todo eso! El mozo, entre burlas y saleros, fue a ordenar el pedido y trajo el "bistá".



6.—Mico —exclamó el ranchero después de un rato— ¡cómo viene por un plato de sopa y un par de huevos este "bistá".



7.—Después de engullir estos dos platos se levantó el ranchero y se dispuso a irse cuando el mozo reclamó: ¡Por qué no me paga!
 —¿Qué le dabo! —exclamó el ranchero.
 —Lo de la sopa y los huevos o sea un peso cincuenta.
 —¿Y entonces el "bistá" que le devolví!



8.—¡Hombre, en verdad —replicó el mozo— ¡por lo que he pagado le del "bistá".
 —La que tampoco me lo comí. Entonces qué, pues, le dabo.

Imagen 1.7
 Santiago R. de la Vega, *Historieta para niños*, *El Heraldo de México*, 4 de agosto 1919, p. 8.



Imagen 1.8
Andrés Audiffred, *Tito Melcocha*, *El Universal*, 6 de enero
1929, 4ª sección, p. 4.

que habían invadido progresivamente la prensa periódica. Algunas de las figuras más destacadas de esta segunda generación fueron Andrés Audiffred, Juan Arthenack y los hermanos Alvaro y Salvador Pruneda.

Andrés Audiffred comenzó a trabajar desde joven como asistente de Carlos Alcalde en *El Imparcial*, y después de un viaje fracasado a Estados Unidos se convirtió en discípulo de Fernando Leal en la Escuela de Pintura al Aire Libre de Santa Anita.⁶³ Entre sus primeras historietas se encuentran *Don Lupito*, una serie que tenía como protagonista a un policía de la ciudad quien constantemente se veía atrapado por las presiones de su vida familiar y su vida laboral, así como por la corrupción, el crimen y su mediocridad como policía. La historieta aparecía en la edición dominical del diario y se ajustaba al formato y estilo de las historietas estadounidenses (**Imagen 1.6**), a diferencia de las historietas de Santiago de la Vega, quien realizaba caricaturas e historietas para la misma publicación (**Imagen 1.7**). El estilo de De la Vega se muestra para este momento acartonado frente al de Audiffred que había absorbido sus herramientas no sólo de Alcalde, Leal y el mismo de la Vega, sino también del modelo estadounidense, al que le rendiría homenaje años después (**Imagen 1.8**).

Don Lupito aún se adentra al terreno de la política, encontrándose entre las historietas de tiempos de la revolución y las de la siguiente generación, que desterraría de sus historietas y caricaturas casi absolutamente la política. Si bien en sus episodios estaba presente el humor violento y de enredos de las tiras cómicas estadounidenses, casi todos incluía elementos de crítica social, como en la **Imagen 1.6** donde se ataca a los senadores enriquecidos por negocios petroleros y al mismo tiempo se señala como el tema del petróleo era “tóxico” para el ciudadano común.

Años después en *El Demócrata* Audiffred dijo sobre las caricaturas políticas que había realizado en el pasado:

Nunca quise —afirma Audiffred— hacer ningún dibujo ni caricatura de índole política. Primero —agrega— porque nunca me simpatizó el señor de la Huerta, como

⁶³ La información biográfica sobre Andrés Audiffred proviene de Rafael Carrasco Puente, *La caricatura en México*, México, Imprenta Universitaria, 1953, p. 157 y 185; Florestán, “Los humoristas mexicanos. Lo que no nos dijo Audiffred”, en *El Universal Ilustrado*, 21 de agosto 1930, p. 14 y 77; *Ibid.*, “Nuestros humoristas dicen: Andrés Audiffred”, en *El Universal*, 22 de febrero 1931, 4ª sección, p. 2; y Luis G. Moreno Irazábal, “Figuras del periodismo mexicano. De cómo se hizo dibujante un antiguo general de las ‘pedradas’. Los deliciosos ‘monitos’ de Audiffred”, en *Magazin de El Demócrata*, 21 de marzo 1926, p. 5 y 15.

candidato presidencial, y después, porque no conozco una sola palabra de política. Siempre he estado al margen de esas cosas. Me ha chocado la política.⁶⁴

Más allá de la veracidad de esta declaración, que podría ser un signo del cambio de los tiempos políticos, es cierto que la obra posterior de Audiffred carece de signo político, así que no es improbable que la historieta hubiera sido realizada por instrucción del director del periódico u otro de sus miembros, práctica no poco común entre el periodismo de la época. Todo lo cual refuerza el hecho de que la caricatura se encontraba a medio camino entre los caricaturistas políticos de la generación anterior y la historieta de entretenimiento realizada por el mismo Audiffred años después, en la cual los autores disfrutarían de un amplio margen de libertad para decidir sus contenidos.

Por su parte, Juan Arthenack había tenido una formación muy parecida a la de Audiffred, fue ayudante de Carlos Alcalde, y continuó su formación en la academia de San Carlos.⁶⁵ A mediados de los años veinte surgió como historietista al crear para *Excélsior* la tira cómica *Aventuras de Don Prudencio*, una tira que combinaba una *family strip* con una pareja cómica al estilo *Mutt y Jeff*.⁶⁶ El hecho de que Arthenack tomara como modelo cómico esta última tira era tan claro que es difícil no reconocer en Don Prudencio un “Jeff” acompañado de varios comparsas que tenía la fisonomía de “Mutt” (**Imágenes 9 y 10**). Las posturas que adquirirían los personajes de Arthenack solían ser muy parecidas a los de la tira de Bud Fisher y es probable que el artista mexicano usara las tiras del estadounidense, publicadas en el mismo periódico, como referencia gráfica para las propias.

Los hermanos Álvaro y Salvador Pruneda fueron otros de los más importantes historietistas de esta segunda generación. A diferencia de Audiffred y Arthenack ellos no se formaron en las redacciones de la prensa porfirista, en cambio fueron descendientes directos de la caricatura política de finales del XIX. Hijos del caricaturista, periodista y político Álvaro Pruneda, su carrera comenzó en los diarios maderistas y después de formar

⁶⁴ *Ibid.*, p. 5.

⁶⁵ Muchos de los caricaturistas e historietistas del periodo recibieron algún tipo de formación en instituciones como la Academia de San Carlos, las Escuelas de Pintura al Aire Libre o la Escuela Nacional Preparatoria. Sobre el papel de estas instituciones en la enseñanza del arte en México *vid.* Aurelio de los Reyes (coord.), *La enseñanza del arte, México*, UNAM/IIIE, 2010.

⁶⁶ La información biográfica sobre Arthenack proviene de Carrasco, *op. cit.*, p. 157 y 185; Florestán, “Nuestros humoristas dicen: Juan Arthenack”, en *El Universal*, 8 de febrero 1931, 4ª sección, p. 2; e *Ibid.*, “Los humoristas mexicanos. Juan Arthenack, Adelaido el Conquistador, Teresa, Chito, etc.”, en *El Universal Ilustrado*, 31 de julio 1930, p. 49.

parte del ejército constitucionalista, participaron en varias publicaciones revolucionarias. Al



Imagen 1.9
Bud Fisher, *Mutt y Jeff*, (traducción
de episodio de *Mutt and Jeff*),
Excelsior, 6 de enero 1927, 2ª
sección, p. 4.



Imagen 1.10
Juan Arthenack, *Aventuras de Don Prudencio*,
Excelsior, 6 de enero 1927, 2ª sección, p. 5.

fin de la lucha armada, ambos hermanos se encontraron participando como historietistas en *El Heraldo de México*.⁶⁷

El Heraldo fue la primera publicación con un proyecto historietístico articulado.⁶⁸ Creado en 1919 publicó primero tiras cómicas en inglés en su sección “*An English Page for English Readers*”, pronto incluyó historietas de Santiago R. de la Vega y Andrés Audiffred y siguió incrementando la presencia de este material con la creación de una sección

⁶⁷ Información biográfica sobre Salvador Pruneda y su hermano puede encontrarse en Carrasco, *op. cit.*, p. 179; Thelma Camacho Morfín, “La ‘zoociedad’ en monitos. Historieta y cultura popular”, Tesis de Licenciatura en Historia, México, UNAM/ENEP-A, 1993, p. 44-65; y en Salvador Pruneda, *Huellas*, México, México Nuevo, 1936.

⁶⁸ Para una revisión más a fondo de las historietas de *El Heraldo de México* vid. Aurrecochea y Barta, *op. cit.*, p. 209-222.

dominical con obras importadas.⁶⁹ El diario pronto incorporó a los hermanos Pruneda a su planta de dibujantes. Mientras que Alvaro acabaría creando la tira diaria *Smith, Cantero y Bernabé*, a Salvador se le encargó crear una historieta dominical junto con el periodista Carlos Fernández Benedico —que escribía bajo el seudónimo Hipólito Zendejas— para substituir al material estadounidense que se retrasaban en llegar a México. El resultado de esta colaboración fue *Don Catarino y su apreciable familia*, historieta sobre un charro recién llegado a la ciudad con su esposa y sus dos hijos. Esta tira sobrevivió incluso a la clausura de *El Heraldo de México*, pasando a *El Demócrata* y posteriormente a *El Nacional* durante los años treinta y cuarenta. La importancia de *Don Catarino...* reside en que mientras que las series de manufactura nacional que la habían precedido habían aparecido por cortos periodos ésta se convirtió en la primera historieta mexicana de larga duración.

La generación de artistas que participó en *El Heraldo...* tuvo largas carreras en distintas publicaciones, además sus miembros se desempeñaron como caricaturistas, humoristas o periodistas, diferenciándose así de sus predecesores que habían practicado la historieta ocasionalmente o sólo al final de sus carreras. Por otra parte, la tercera generación de historietistas mexicanos tuvo un carácter más autodidacta, aunque seguía habiendo entre ellos algunos con formación artística. La mayoría de ellos surgió de las mesas de dibujo de los periódicos de la posrevolución, especialmente en *El Universal* que en sus concursos de caricatura e historieta formó a un importante grupo de artistas que estarían en activo durante las siguientes tres o cuatro décadas.

En 1924 *El Universal* convocó a un concurso que lo convertiría de un periódico que carecía de una sección fija de humorismo gráfico y de caricaturistas de planta a uno de los espacios más importantes para la caricatura en esa década. Este diario había tenido secciones como “Las caricaturas de la semana. Dibujos de fuera y dentro de casa”, donde se publicaban principalmente cartones de personajes políticos y material de otras publicaciones; y también llegó a publicar caricaturas extranjeras traducidas, además de las historietas dominicales importadas; sin embargo en las páginas de este diario había una ausencia de caricaturas de tema político, probablemente para evita los conflictos que implicaba tener este tipo de material. Tras la salida de Félix F. Palavicini de la gerencia del

⁶⁹ Rosalva de Valdés, “Crónica general de la historieta”, en *Artes de México*, México, v. 19, n. 158, 1972, p. 9.

periódico, la nueva dirección convocó a un concurso de caricaturas dirigido principalmente a amateurs y por este medio se aseguró un suministro constante contenidos gráficos.

Desde sus primeros años una de las estrategias del periódico para promocionarse e incrementar su número de suscriptores fue la realización de concursos. Comenzando con un certamen de sonetos en 1917 *El Universal* realizó concursos de música popular, la india bonita, la obrera simpática, el vestido económico, oratoria, entre otros.⁷⁰ En ellos el diario llamaba a sus lectores a participar en la búsqueda de una mujer hermosa, ya fuera una “india” u obrera; y también a elabora sonetos, música o alguna otra obra para ser publicada. Algunos de ellos fueron realizados por una única ocasión, mientras que otros se repitieron año con año o incluso se convirtieron en concursos permanentes. Estos certámenes tenían la doble labor de promocionar al diario y al mismo tiempo generar contenidos —fotografías, notas o crónicas— como resultado de la cobertura que el mismo diario hacía de ellos. En este sentido, el concurso de caricaturas permitía al diario obtener fácilmente numerosas caricaturas que publicar diariamente casi de manera gratuita.

Las bases del certamen establecían que se nombraría caricaturista de planta al ganador de 60 concursos y que a quienes se les publicaran caricaturas se les remuneraría económicamente. En los siguientes años el concurso se convirtió en permanente,⁷¹ y si bien contó con la participación de artistas reconocidos como Audiffred, Arthenack y Clemente Islas Allende, la mayor parte de los concursantes eran amateurs y muchos de ellos se fueron formando en el ejercicio constante de enviar caricaturas. El concurso se convirtió entonces en un semillero de donde surgieron numerosos caricaturistas, humoristas, ilustradores e historietistas que triunfarían no sólo dentro de *El Universal* sino en numerosas publicaciones.⁷²

Para cuando *El Universal* convocó a un concurso de historietas en 1927, el diario publicaba cada día una caricatura, además de alrededor de una veintena en las páginas

⁷⁰ Aurrecoechea, *El Universal...*, *op. cit.*, p. 71-80.

⁷¹ Aunque en 1925 se nombró un ganador del concurso el diario lo continuó durante las próximas décadas.

⁷² Entre ellos estuvieron: Jesús Ignacio Acosta “Dux”, Conrado García Quintela “Mephisto”, Gustavo Amparán, José G. Almanza “Laburio”, Carlos Díaz y Delgado “Solrac”, Manuel A. Montalvo Solís, Cayetano Caloca Valle, Hugo Tilghman “Foxi”, Dávila Madrid, Antonio León, Carlos León G., Héctor D. Falcón “Cadena M.”, Ángel Zamarripa “Fa-chá”, Carlos Inclán, Alfonso Ontiveros M., Alfonso Ortiz “K-yito”, Armando Guerrero Edwards, Salvador Patiño “Conejo”, Bismarck Mier, entre otros. Sobre el Concurso de Caricatura de *El Universal* *vid. Ibid.*, 133-143 y Fabela Quiñones, Guillermo, “La sociedad a través de la plumilla”, en Maya Nava, Alfonso (coord.), *70 años de caricatura en México*, México, Compañía Periodística Nacional, 1988, v. 1, p. 13-26.

interiores del suplemento dominical, el cual incluía también las historietas estadounidenses. Si bien al comenzar el concurso de caricatura los participantes eran amateurs, y muchos de ellos incluso menores de edad, pronto los mejores concursantes pudieron recibir con regularidad los pagos que otorgaba el diario por sus caricaturas, generando un grupo de artistas semiprofesionales que recibían un ingreso más o menos constante, los cuales responderían entusiastamente al concurso de historietas y se convertirían en profesionales de ese oficio durante las siguientes décadas.

Capítulo 2

El estereotipo del charro en las historietas, caricaturas y publicidad de *El Universal*

Durante la primera mitad del siglo XX la figura del charro se consagró paulatinamente como la representación casi indiscutible de lo mexicano. La imagen de un hombre con sombrero ancho, chaquetilla corta y pantalón adornado con botonaduras ostentosas se impuso como la imagen de lo típicamente nacional a partir de su ubicuidad en ámbitos como el cine, la fotografía, la gráfica y la música. La contradicción que implicaba el hecho de que un país en vías de industrialización eligiera a una figura rural como su máxima representación no impidió que el charro se instalara en los imaginarios nacionales con un éxito asombroso; en cambio, este carácter contradictorio de la figura reflejaba la misma naturaleza de un país envuelto en un proceso de modernización consecuencia de una revolución con una vertiente eminentemente rural.

Si bien el proceso por el que el charro se erigió como símbolo nacional parece a la lejanía una carrera con un solo participante, una mirada atenta a sus años de gestación revela un proceso donde se manifestaron numerosos aspectos contradictorios de la sociedad mexicana y en particular de la sociedad capitalina. En la creación del estereotipo del charro participaron numerosos discursos incluso opuestos y contradictorios entre sí. En el humorismo gráfico, objeto principal de este capítulo, el charro se distanció de los discursos más nacionalistas sobre la figura y apareció como un personaje ignorante proveniente del campo. En los espacios de la prensa diaria los humoristas expresaron en sus charros los prejuicios de la población urbana sobre los migrantes rurales que estaban arribando a la ciudad, creando personajes que abiertamente ridiculizaban al que habría de convertirse en el símbolo por excelencia de lo mexicano.

El charro y el concurso del símbolo de México

Desde la independencia el debate sobre la identidad nacional fue uno de los temas centrales de discusión entre las élites políticas, intelectuales y artísticas de México. Las polémicas al

respecto se centraron durante décadas en cuál era la herencia más importante, la indígena o la hispánica; pero para los últimos años del siglo XIX las necesidades del país en un entorno internacional con relaciones culturales y económicas cada vez más dinámicas provocaron que se empezaran a generar una imagen nacional más pragmática que lograra atraer a la migración y la inversión extranjera, la cual mezclaba referencias a las raíces indígenas y españolas, una exaltación de la geografía del país y una proyección moderna del mismo.¹

Los gobiernos emergidos de la revolución siguieron necesitando de una imagen de esta naturaleza; pero factores como el rechazo hacia el cosmopolitismo porfiriano, denunciado como extranjerizante, y la emergencia de los grupos populares como actores sociales centrales, le dieron un cariz particular a la nueva imagen nacional.² En el plano artístico “lo mexicano” adquirió un papel central en la construcción de cánones estéticos. La pintura y las artes plásticas fueron revolucionadas bajo la influencia de las vanguardias europeas, pero adquiriendo temáticas que respondían a la revolución de 1910 y a los intereses políticos de la elite. Las artes plásticas se convirtieron en un terreno más de la lucha política y buena parte de la nueva generación de artistas se alió a la recién formada elite política generando representaciones que legitimaban al nuevo régimen entre distintos sectores de la población y al mismo tiempo le daban una carta diplomática a los revolucionarios como promotores de la cultura.³

En la literatura fue en donde se dieron algunos de los combates más intensos sobre lo nacional enfrentándose distintas generación de escritores en debates sobre las características que debía tener la producción literaria del país.⁴ La principal consecuencia de estas polémicas fue la creación de un canon estético sancionado por el Estado que privilegiaba lo nacional —entendiéndose como tal lo revolucionario, lo comprometido

¹ Mauricio Tenorio Trillo, *Artilugio de la nación moderna. México en las exposiciones universales, 1880-1930*, México, FCE, 1996, p. 31-239.

² Sobre la reflexión intelectual sobre la identidad del mexicano *vid.* Roger Bartra, *La jaula de la melancolía. Identidad y metamorfosis del mexicano*, México, Debolsillo, 2005 y *Anatomía del mexicano*, México, Debolsillo, 2005. El tema de la nación se convirtió en un tema central no sólo para los intelectuales mexicanos sino también para sus pares latinoamericanos *vid.* Patricia Funes, *Salvar la nación. Intelectuales, cultura y política en los años veinte latinoamericanos*, Buenos Aires, Prometeo, 2006.

³ Alicia Azuela de la Cueva, *Arte y poder. Renacimiento artístico y revolución social, 1910-1945*, México, FCE/Colmich, 2005.

⁴ Víctor Díaz Arciniega, *Querrela por la cultura “revolucionaria” (1925)*, 2ª ed., México, FCE, 2000 y Guillermo Sheridan, *México en 1932: La polémica nacionalista*, México, FCE, 1999.

socialmente, lo indígena, lo mestizo, las expresiones tradicionales, lo costumbrista, lo rural y lo popular— sobre otras temáticas. Este canon permeó la música, el teatro, la danza, la fotografía, e incluso la publicidad y el diseño, básicamente ningún ámbito quedó exento de su influjo; en cada espacio se expresó de manera particular y las respuestas a qué era lo mexicano fueron variadas y no siempre se asumieron de manera simultánea.⁵

Uno de los fenómenos propios de esta búsqueda fue la voluntad de encontrar figuras estereotípicas que pudieran alcanzar el estatus de representativas de México.⁶ Desde el siglo XIX intelectuales, artistas y políticos habían buscado generar este tipo de representaciones patrias; y aunque cada uno de ellos tenía programas personales y específicos para hacerlo, esta búsqueda estaba inscrita en la necesidad discursiva propia de los nacionalismos de crear símbolos de identidad.⁷ Para finales de este siglo, y ya bien entrado el XX, los medios de comunicación —primero los medios impresos y con el tiempo el cine, la radio y la televisión— comenzaron a tener un rol central en la construcción de este tipo de representaciones.⁸

Debido a la necesidad de legitimidad que tenía el régimen revolucionario se acentuó el añejo proceso de generación de símbolos nacionales, incorporando las más diversas influencias artísticas pero rechazando discursivamente lo extranjero.⁹ El nuevo Estado buscó identificarse con la nación y por ende con todo aquello que pudiera ser representativo de lo mexicano y a lo largo de la década de los veinte fueron surgiendo estereotipos identificados con la totalidad de la nación o con alguna de sus regiones. Surgieron entonces

⁵ Sobre el impacto del nacionalismo en estos y otros ámbitos ver Ricardo Pérez Montfort, *Estampas de nacionalismo popular mexicano. Diez ensayos sobre cultura popular y nacionalismo*, 2ª ed., México, CIESAS/CIDHEM, 2003; *Avatares del nacionalismo cultural. Cinco ensayos*, México, CIESAS/CIDHEM, 2000; y *Expresiones populares y estereotipos culturales en México. Siglos XIX y XX. Diez ensayos*, México, CIESAS, 2007; John Mraz, *Looking for Mexico. Modern visual culture and national identity*, Durham, Carolina del Norte, Duke University Press, 2009; y Luz del Carmen Vilchis Esquivel, *Historia del diseño gráfico en México, 1910-2010*, México, Conaculta/INBA, 2010, p. 141-201; y Margarita Tortajada Quiroz, *Danza y poder*, México, INBA, 1995, 587 p.

⁶ Pérez Monrfort, *Estampas de nacionalismo...*, *op. cit.*

⁷ Benedict Anderson, *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, 2ª ed., México, FCE, 2007, p. 63-122 y 228-259. El autor habla principalmente de representaciones discursivas; pero para la segunda edición de su obra incluyó un apartado sobre la importancia de representaciones gráficas como los mapas.

⁸ Sobre el papel que comenzó a adquirir en este proceso la prensa ilustrada a finales del siglo XIX *vid.* Tomás Pérez Vejo, “La invención de una nación: la imagen de México en la prensa ilustrada de la segunda mitad del siglo XIX”, en Cecilia del Palacio Montiel (comp.), *Historia de la prensa en Iberoamérica*, México, Altexto, 2000, p. 355-369.; y Mraz, *op. cit.*, p. 2.

⁹ Azuela, *op. cit.*, p. 89-230.

estereotipos de lo jarocho, lo istmeño, lo yucateco, entre otros, destacando el del charro como máximo exponente de lo mexicano.¹⁰

El charro ya formaba parte del repertorio de tipos nacionales para el final de la revolución, mas no había adquirido muchos de sus elementos definitorios, así como de cargas simbólicas nacionalistas. En 1917, por ejemplo, la figura apareció en una galería de tipos nacionales publicada por *El Universal* (**Imagen 2.1**). La imagen, realizada por Carlos Alcalde, estaba acompañada con unos versos de Manuel Carpio titulados “Soy mexicano” escritos en 1905. El poema hacía referencia a actividades agrícolas y ganaderas y más que hablar del charro como una persona hablaba de un “vestir charro”.¹¹ Aunque el título del poema ligaba sin lugar a dudas al charro con la mexicanidad, dentro de la misma galería se publicaron descripciones de otros tipos que se reivindicaban casi tan nacionales como él, incluyendo personajes como los fifis, los lagartijos y “el señor Monteleón”.¹²

En 1922 el Dr. Atl incluyó en su libro *Las artes populares en México*, catálogo de la exposición organizada por el gobierno bajo el mismo nombre, a la charrería como una de los artes populares, y afirmaba que el “espíritu popular ha condensado en el hombre que monta a caballo —en el charro— el espíritu nacional por excelencia”.¹³ A continuación, el autor citaba un artículo del escritor nacionalista José de Jesús Núñez y Domínguez que apuntaba:

¹⁰ Pérez Montfort, *Estampas de nacionalismo..., op. cit.; Avatares del..., op. cit., y Expresiones populares..., op. cit.* Aunque parte de los orígenes de la figura del charro puede rastrearse hacia el siglo XIX, la consolidación de esta figura y su proyección a nivel nacional fue posterior. La genealogía del charro se suele llevar por lo menos hasta cuatro raíces distintas: el chinaco, personaje rural que al participar en la lucha independentista y otros conflictos de ese siglo saltó a los imaginarios sobre lo nacional; los plateados, bandidos que solían llevar ostentosos trajes adornados con plata; los rurales, guardias rurales que durante el Porfiriato portaron el antecedente directo del traje charro; y los practicantes de suertes a caballo tradicionales del occidente del país. Sin embargo fue hasta entrado el siglo XX cuando se comenzó a inventar una historia de la charrería que relacionaba estas figuras entre sí, tomando aspectos particulares de cada una de ellas para fusionarlas de manera definitiva en un nuevo personaje. Pérez Montfort, Ricardo, “El charro como estereotipo mexicano”, y Cruz, Porchini, Dafne, “Al principio fue el chinaco”, en *Charrería. Origen e historia de una tradición*, México, Federación Mexicana de Charrería, 2010, p. 26-50 y 86-129.

¹¹ *El Universal*, 5 de julio 1917, p. 1.

¹² Una especie de lumpen que vivía en una vecindad y que sobrellevaba su pobreza gracias a su astucia. *El Universal*, 23 de diciembre 1917, sección artística, p. 4

¹³ Esta exposición tuvo una importancia seminal en la valoración de lo popular por parte de la elite cultural, así como en la incorporación de elementos de esta extracción en numerosos discursos artísticos. Gerardo Murillo, *Las Artes populares en México*, ed. fac., México, INI/Museo Nacional de Artes e Industrias Populares, 1980, p. 399



Imagen 2.1
Carlos Alcalde, "El Charro", *El Universal*, 5 de julio 1917, p. 1.

Típico, pintoresco, mexicanísimo, el charro resume todas las admiraciones de los flemáticos turistas, de las “misses” blondas que con la “Kodak” en la mano derecha y el cuaderno de notas en la siniestra andan por esas calles de Dios en busca de “curios” nacionales. Los lápices más afamados de los caricaturistas extranjeros, representan a nuestra Nación en un charro fantástico, mitad gaucho argentino, mitad campirano del siglo pasado. [sic.]¹⁴

Uno de los ingredientes que había contribuido a la popularidad del charro, así como de muchos otros elementos de “lo mexicano”, había sido el interés de los extranjeros por expresiones culturales locales y populares; lo cual definiría en muchos sentidos los derroteros por los que transitaría el nacionalismo.¹⁵ Sin embargo, la mayor parte de la representaciones que se hacían en el extranjero de México, especialmente en la caricatura, pero también en otros ámbitos como el cine o la literatura, apuntaban más hacia caracterizaciones denigrantes de los mexicanos que al charro que menciona Núñez y Domínguez.¹⁶

Más allá de que el charro fuese aceptado con mayor o menor difusión como símbolo último de la mexicanidad, estos testimonios apuntan a que una parte de la elite letrada estaba convencida de la necesidad de contar con una figura que cumpliera este papel, teniendo especial predilección por el mismo charro para cumplir ese rol. Durante estos mismos años la charrería había tenido una gran promoción a partir de la llegada de numerosos terratenientes afectados por la revolución a la ciudad de México, que agrupados en la Asociación Nacional de Charros comenzaron a organizar continuamente charreadas en la capital. Estos eventos comenzaron a aparecer profusamente en una prensa que en su avidez de contenidos cubría la mayor cantidad de eventos deportivos posibles, todo lo cual contribuyó que éste fuera un personaje ampliamente difundido y estuviera disponible al momento de buscar a la representación de lo nacional.

La Asociación Nacional de Charros y las asociaciones regionales que estaban afiliadas a ella se convirtieron en las principales impulsoras de la figura del charro; organizando además de numerosas charreadas, eventos como un concurso para elegir a la escultura que coronaría la fuente del charro en 1926, el cual recibió amplia cobertura por

¹⁴ José de Jesús Núñez y Domínguez, “Crónicas de Ogaño”, citado en Murillo, *op. cit.*, p. 400

¹⁵ *vid.* Ricardo Pérez Montfort, “Down Mexico way”. Estereotipos y turismo estadounidense en el México de 1920 a 1940”, en Pérez Montfort, *Expresiones populares...*, *op. cit.*, p. 267-298

¹⁶ Los caricaturistas estadounidenses se habían caracterizado por hacer representaciones denigrantes de los mexicanos en sus cartones políticos especialmente durante la revolución. *vid.* Juan Manuel Aurrecoechea, *La revolución mexicana en el espejo de la caricatura estadounidense*, México, CONACULTA/Landucci, 2012.

periódicos como *Excelsior* y *El Universal*. Estas asociaciones estaban además ligadas con el poder político e inclusive con el militar, y organizaban muchas veces eventos en honor de los comandantes locales e inclusive del presidente de la república.¹⁷ Desde estas asociaciones se logró que el charro, que ya había estado presente en los desfiles del centenario de consumación de la independencia, se proyectara a espacios públicos, especialmente en los desfiles cívicos e incluso en la presencia de México en ferias internacionales como la de Sevilla en 1929, donde el charro apareció cerrando el contingente mexicano en un desfile que incluía tres indígenas, una mestiza yucateca, cuatro tehuanas, cuatro chinas poblanas y un charro.¹⁸

La década de los veinte fue un importante periodo para la consolidación de la charrería como actividad, y mientras las propias instituciones de estos grupos se consolidaban y la misma práctica de las suertes charras se reglamentaba, los charros buscaban identificarse con la nación. Alfredo B. Cuéllar, un activo miembro de la Asociación Nacional de Charros, afirmaba al respecto que “todos los Mexicanos llevamos dentro de nosotros mismos oculta el alma de un charro”;¹⁹ pero a pesar de esta declaración pensaba que la charrería estaba en peligro de desaparecer, y su libro *Charrerías* era parte de una intensa labor colectiva por lograr el resurgimiento de esta práctica.²⁰ En realidad, la charrería como fenómeno moderno se estaba inventando en esas mismas fechas. Su reglamentación como deporte la estaba modernizando mientras que se le estaba inventando una tradición histórica a través de obras como la de Cuéllar.²¹ Este libro daba una historia a los charros que databa su origen a la independencia e incluso hasta la conquista, además de que se buscaba relacionar al charro con las múltiples figuras de las que supuestamente había tomado elementos, y al mismo tiempo lo hermanaba con la china poblana, las tehuanas y la música campirana.²²

¹⁷ Por ejemplo, en un tipo de eventos que no fue poco común, las asociaciones de Querétaro y de Puebla realizaron sendas charreadas en honor de los comandantes del ejército locales. *El Universal*, 9 de julio 1926, 2ª sección, p. 3 y 18 de junio 1928, 2ª sección, p. 6.

¹⁸ *El Universal*, 18 de diciembre 1929, 1ª sección, p. 5 y 5 de mayo de 1930, 4ª sección, p. 5. Sobre la participación de México en la exposición *vid.*, Tenorio, *op. cit.*, p. 294-320.

¹⁹ Alfredo B. Cuéllar, *Charrerías*, México, Imprenta Azteca, 1928, p. 109.

²⁰ *Ibid.*, p. 227

²¹ Cristina Palomar sugiere que la reglamentación de la charrería como un deporte moderno trastornó los ámbitos tradicionales donde ésta se practicaba. “El papel de la charrería como fenómeno cultural en la construcción del occidente de México”, en *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe*, n. 76, abril 2004, p. 83-98.

²² Todos estos temas recibían tratamiento en la obra de Cuéllar.

El estereotipo del charro comenzaba a definirse para finales de la década de los veinte, pero en realidad no sería sino hasta entrados los años treinta que los charros lograrían consumir su encumbramiento como estereotipo nacional por excelencia.²³ Para este momento el charro y su aspiración a ser el máximo símbolo de lo mexicano aún eran materia de debate. El ejemplo perfecto de que la figura del charro estaba aún en proceso de consolidación fue un concurso realizado en 1926 por el periódico *El Universal*, el cual daría pie a una polémica sobre la validez del charro como símbolo de México exponiéndose en ella diversas y a veces contradictorias opiniones.

En octubre de 1926 *El Universal* convocó junto con la Asociación Nacional de Publicistas al “Concurso Símbolo de México”.²⁴ La convocatoria establecía como única regla que todo participante debía “ser mexicano por nacimiento o adopción”²⁵ y pedía a los interesados que enviaran un dibujo o una idea para la realización de una imagen que sirviera como representación del país. Al ganador del concurso se le remuneraría con un premio de 1000 pesos y su trabajo pasaría a ser “aceptado como el símbolo de México, por la Asociación Nacional de Publicistas y *El Universal*, en toda su labor de propaganda pro-Patria”.²⁶

José R. Pulido, presidente de la asociación convocante, aseguraba que el concurso quería “dar una oportunidad a los pensadores y artistas del país, para que creen el símbolo mexicano” y “acabar [...] con los muchos tipos indignos con los que se nos pinta en el extranjero”.²⁷ El diario incluyó varios artículos sobre caricaturas, grabados y publicidad que ejemplificaban las imágenes que se pretendían erradicar, como una caricatura de un

²³ Sobre la construcción del estereotipo del charro desde el cine y su evolución durante las décadas siguientes vid. Pérez Montfort, “El charro como...”, *op. cit.*; “Una región...”, *op. cit.*, “Nación y región en la expresión popular mexicana posrevolucionaria”, en Manuel Suárez Cortina y Tomás Pérez Vejo (eds.), *Los caminos de la ciudadanía. México y España en perspectiva comparada*, México, Siglo XXI, 2010, p. 284-297; Tania Carreño King, “El charro”. *La construcción de un estereotipo nacional, (1920-1940)*, México, Federación Mexicana de Charrería/INHERM, 2000; Rafael Aviña, “El cine rural y la comedia ranchera”, en *Charrería. Origen e historia de una tradición*, México, Federación Mexicana de Charrería, 2010, p. 200-251; y Aurelio de los Reyes, “El nacionalismo en el cine. 1920-1930. Búsqueda de una nueva simbología”, en *El nacionalismo y el arte mexicano (IX Coloquio de Historia del Arte)*, México, UNAM/IIIE, 1986, p. 273-295.

²⁴ La Asociación Nacional de Publicistas había sido fundada en 1923 como una asociación gremial para mediar las tensiones en el mundo de los publicistas, así como para profesionalizar su ocupación y elevar los estándares de la publicidad en México. Julio Moreno, *Yankee don't go home! Mexican nationalism, American business culture, and the shaping of modern México, 1920-1950*, North Carolina, The University of North Carolina Press, 2003, p. 87-90 y ss.

²⁵ *El Universal*, 9 de noviembre 1926, 1ª sección, p. 1.

²⁶ *Ibid.*

²⁷ *El Universal*, 19 de octubre 1926, 1ª sección, p. 1.

supuesto grupo de deportistas mexicanos entrenándose para los juegos olímpicos (**Imagen 2.2**). En ella los atletas aparecían retratados como un grupo de personas descansando envueltas en sarapes y fumando, reproduciendo un difundido discurso que calificaba a los mexicanos como perezosos.



Imagen 2.2
Sam Russell, *El Universal*, 21 de octubre 1926, 1ª sección, p. 5.

La imagen que el concurso pretendía combatir era sintetizada de la siguiente forma por el diario:

Un sombrero raído; el cigarro pegado a los labios; envuelto en un sarape... perezoso recargado al poste, esperando a que el sol le dé calor. He aquí en pocas palabras, la concepción que se tiene de nosotros en el extranjero, y muy especialmente en los Estados Unidos.

Esta impresión es resultado de la falta de conocimiento que se tiene de México en otros países, y con el deseo de corregirla, siquiera un tanto, la Asociación Nacional de Publicistas, bajo el patrocinio de los Universales, ha convocado a un concurso para la representación de un símbolo que represente dignamente a México.²⁸

El concurso buscaba seleccionar una imagen que pudiera oponerse a esta representación de los mexicanos y si bien el mismo Pulido aseguraba que no querían anticiparse a saber “si esa figura será un hombre, una mujer, [o] un animal”,²⁹ pronto comenzó a surgir la figura del charro como la más probable ganadora. En una serie de entrevistas que el diario realizó entre funcionarios del gobierno, artistas y periodistas, el charro fue el más mencionado como probable ganador por un grupo que incluía entre otros al pintor Diego Rivera y al escritor José de Jesús Núñez y Domínguez, opacando las escasas voces que señalaban al lépero o al guerrero azteca como contendientes.

Aunque la mayoría de los entrevistados coincidieron en que el charro era la figura merecedora del título de símbolo de México,³⁰ detrás de esta coincidencia podían encontrarse una diversidad enorme de razones por las que se sostenía esta opinión. Rafael Pérez Taylor, entonces Jefe del Departamento de Bellas Artes, afirmaba simplemente que el charro se había impuesto desde hacía tiempo como el símbolo nacional, no sólo en el concurso sino en todo el país.³¹ Otros entrevistados como el periodista Manuel Barajas y el arquitecto Augusto Petricioli señalaban a un charro explícitamente ligado a la independencia y la herencia criolla, y sin relación con el charro contemporáneo.

Barajas afirmaba que el charro era el símbolo nacional “pero no el charro de nuestros días —tipo de mero exhibicionismo, más convencional que verídico—, sino el charro de la época de la consumación de la independencia: tipo viril, absolutamente

²⁸ *El Universal*, 25 de diciembre 1926, 2ª sección, p. 5.

²⁹ *El Universal*, 19 de octubre 1926, 1ª sección, p. 1.

³⁰ Incluyendo a la Asociación Nacional de Charros que inmediatamente celebró la convocatoria y vaticinó el triunfo del charro o la china. *El Universal*, 21 de octubre 1926, 1ª sección, p. 5.

³¹ *El Universal*, 27 de octubre 1926, 2ª sección, p. 1.

hombruno, el único capaz de representarnos”.³² Petricioli se declaraba de acuerdo con este origen independentista del charro, pero precisaba más aún la identidad del personaje, sosteniendo que era “el tipo del criollo mestizo. El indio puro, por lo común no usa el traje del charro; tampoco es usado por los intelectuales ni por las clases acomodadas de las ciudades [...]”.³³ Así estos personajes le inventaban una legitimidad histórica al asociarlo con la independencia. Además al hacer esta asociación se le insertaba en una tradición identitaria de lo nacional que le daba más importancia a la herencia criolla que a la indígena.

Por su parte, el periodista Fernando Ramírez de Aguilar, alias “Jacobo Dalevuelta”, y el escultor Juan Leonardo Cordero externaron opiniones que le daban cargas políticas distintas. Dalevuelta defendía la idea de que el máximo exponente entre los distintos tipos de charros era Zapata y que por lo tanto su efigie, a pie o a caballo, debía ser la ganadora del concurso.³⁴ En oposición a esta lectura agrarista, Cordero hablaba de un charro imaginario de nombre José María, que intentaba ser una síntesis de las distintas encarnaciones del personaje, y abundaba en las causas políticas y valores de los que la figura debía ser emblema.

[José María] Ha sido guerrillero: peleó por los ideales libertarios de la Revolución contra la avaricia de la estirpe clerical; es un rebelde. Quién lo vio combatir, no podrá olvidar jamás su arrogancia; la intrepidez domeñadora que le viene del abolengo español, y el mutismo con que, en noche de fracaso, malherido y solo, bajaba al arroyo para lavar, sin testigos, la boca sangrante de una herida y besar —de paso— el amuleto de su madre.³⁵

Diego Rivera, por otro lado, era también partidario de que no fuera el charro de exhibición el que se prefiriera, y proponía que se acompañara esta figura con una contraparte femenina.

El charro de colorines no es el tipo vigoroso que se necesita, porque seguramente que un charro con Calendario Azteca bordado en la chaqueta, es un charro que desmerece

³² *El Universal*, 4 de noviembre 1926, 1ª sección, p. 5.

³³ *El Universal*, 1 de noviembre de 1926, 1ª sección, p. 11.

³⁴ *El Universal*, 27 de octubre 1926, 2ª sección, p. 1. Sobre la relación de la figura de Zapata con el charro *vid.* Salvador Rueda Smithers, “Zapata Charro”, en *Charrería. Origen e historia de una tradición*, México, Federación Mexicana de Charrería, 2010, p. 55-82.

³⁵ *El Universal*, 7 de diciembre 1926, 1ª sección, p. 5

mucho en virilidad y fuerza. Por lo demás, en él tenemos el símbolo y ningún otro tipo nuestro se ciñe tan estrechamente a la verdad. [...] No me inclino a la china poblana, porque es un tipo falso que no tiene la vida de la raza. La Tehuana por ser más bella, más colorida y más sincera, armoniza mejor con el símbolo que se tiene que crear.³⁶

Sin embargo, la opinión del muralista era duramente criticada por José de Jesús Núñez y Domínguez, quien además de señalar que aún el indígena “cuando ya ha adquirido ciertos hábitos civilizados, cuando se viste de ‘razón’, usa preferentemente el traje del charro”.³⁷ Núñez le otorgaba a la charrería el carácter de tradición omnipresente en todo el espacio nacional y descartaba cualquier otra figura por representar sólo a regiones específicas.

El charro es el personaje-tipo de la nacionalidad mexicana. En efecto, lo mismo en Chiapas, que en Guerrero o que en Chihuahua, Colima, Tamaulipas y Veracruz, cierta clase popular usa el característico traje de nuestros charros con más o menos modificaciones, pero conservando su forma integral y distintiva. Y nada digo de los Estados de la República en que el traje de charro fue el indumento obligado no sólo de los campesinos mestizos sino de mucha gente de la ciudad.

[...] La “china poblana” es producto de la Meseta Central y representante por ende sólo una comarca de nuestro país; “el lépero” flotó en el fétido mar de la existencia metropolitana sin rebasar los límites municipales de la ciudad de los palacios; la “tehuana” sólo ha derramado sus gracias tropicales en la región ístmica. En cambio el charro ha mostrado su viril vestimenta por igual en las tierras norteñas que en las altiplanicies de Puebla y de Michoacán o en las ardientes costas del Sur.³⁸

Ricardo Pérez Montfort ha puesto particular énfasis en las cargas conservadoras de la figura del charro, especialmente por ser la charrería una actividad practicada por la antigua clase terrateniente, así como por los nexos que tenían importantes miembros de las asociaciones de charros con la parte más reaccionaria del espectro político; además de por los usos que haría el mismo Estado de la figura y su encarnación ligada a valores tradicionales en el marco del cine nacionalista.³⁹ Sin embargo, buena parte de esa carga se consolidaría hasta los años treinta; y aunque ya estaba en muchos sentidos presente en la década anterior, el charro era aún territorio de debate en el que se permitían

³⁶ *El Universal*, 5 de noviembre 1926, p. 1ª sección, p. 8. Sobre “La tehuana” como estereotipo regional *vid.* Ricardo Pérez Mont, “El reino de las tehuanas. Apuntes sobre la creación de un estereotipo femenino regional” en Pérez Montfort, *Expresiones populares...*, *op. cit.*, p. 147-173.

³⁷ *El Universal*, 9 de noviembre de 1926, 1ª sección, p. 1

³⁸ *Ibid.*

³⁹ Pérez Montfort, “El charro como...”, *op. cit.*, 147-167 y “Una región...”, *op. cit.*, p. 137-148.

interpretaciones menos conservadoras. El que la figura del charro se pudiera identificar no sólo con los valores “criollos” sino con figuras como Zapata o con la lucha anticlerical de la revolución sugiere que el charro, como pasó con la cultura en general, se convirtió durante esta década en terreno de lucha entre distintas posiciones políticas.

El charro se convirtió en un territorio en disputa, un espacio donde se expresaban los desacuerdos y antagonismos entre diversos grupos políticos y sociales.⁴⁰ En el debate arriba citado y en la evolución general de la figura se pueden vislumbrar el antagonismo entre la herencia hispánica, el elemento indígena e incluso la mestizofilia que caracterizó estos años; de la misma manera se puede ver de manera lejana como una expresión del conflicto entre las clases propietarias agrícolas afectadas por la revolución y el reparto de tierra que había sido impulsado desde distintos frentes; pero también el conflicto entre la ciudad y un mundo agrícola que se había volcado a ella.

Parecía que el concurso del símbolo de México estaba definido de antemano en favor del charro; sin embargo, el resultado no se dio en ese sentido. El plazo para entregar las participaciones acabó el 31 de diciembre de 1926 y entonces los trabajos pasaron a ser evaluados por el jurado calificador del concurso, integrado por Rafael Pérez Taylor, jefe del Departamento de Bellas Artes; el escritor Rafael López; el pintor Gerardo Murrillo “Dr. Atl”; José Gómez Ugarte, director de *El Universal*; y el mismo José R. Pulido por la Asociación Nacional de Publicistas. *El Universal* estaba seguro del triunfo del charro y antes de que concluyera el concurso ya afirmaba “El charro, símbolo de México, ha triunfado”.⁴¹

No hubiera sido extraño que se declarara oficialmente este resultado, pues entre los jueces se encontraba nada menos que el Dr. Atl, quien además de haber situado años antes a la charrería entre las artes populares mexicanas y haber afirmado que esta figura encarnaba el espíritu nacional, era originario de Jalisco, la cuna de la charrería; así como Rafael Pérez Taylor, quien confesaba en entrevista con el periódico su predilección por el charro.⁴² Sin embargo, el 21 de enero de 1927, para sorpresa de todos, el jurado declaró desierto el concurso, debido a que “no encontraron, entre los trabajos presentados, ninguno que

⁴⁰ Sobre la transposición de estos antagonismos al campo de la cultura *vid.* Bartra, *La jaula...*, *op. cit.*, p. 219-233.

⁴¹ *El Universal*, 28 de diciembre 1926, 1ª sección, p. 5.

⁴² *El Universal*, 27 de octubre 1926, 2ª sección, p. 1.

corresponda, ni como idea ni como plástica, al tipo que se trataba crear, como representativo del pueblo de México”.⁴³

El diario no volvió a mencionar el tema del concurso y no se ofrecieron mayores explicaciones. No hay información sobre qué es lo que llevó al jurado resolver en este sentido y también se desconoce el tipo de participaciones que fueron enviadas al diario. Posiblemente no fueran los grandes artistas los que respondieron a la convocatoria y el jurado no encontró merecedoras las participaciones de algunos ilustradores o artistas amateurs. Es también probable que los entrevistados y los jueces fuesen los más convencidos de la inevitable asunción del charro y que no encontraran eco de sus ideas en las participaciones. Lo importante es el convencimiento por parte de diversos sectores de las élites intelectuales, artísticas y políticas de la representatividad del charro; y que a pesar del resultado *El Universal* no cejaría en el impulso de esta figura en sus páginas, como lo demostró el concurso de historietas convocado pocos meses después del concurso del símbolo de México.

El concurso de historietas de *El Universal* y la nacionalización de su sección cómica

A lo largo de la década de los veinte los contenidos gráficos de *El Universal* habían aumentado paulatinamente no sólo con la presencia de tiras cómicas estadounidenses sino además con una nutrida sección de caricatura; y siguiendo esta tendencia en enero de 1927 se convocó desde sus páginas a un “Concurso de historietas cómicas ilustradas”. El rotativo solicitaba a los participantes que enviaran “una serie de cinco historietas de un mismo ‘personaje’ o ‘personajes’” para competir por un premio de 750 pesos, y abría la posibilidad de que se pidiera al ganador que estableciera una serie semanal en el periódico.⁴⁴ El objetivo del certamen era complementar una sección cómica hecha a base de material importado y trabajos realizados por caricaturistas amateurs con una historieta realizada profesionalmente. Con este propósito se ofrecía una cantidad ciento cincuenta veces mayor a los premios del concurso de caricatura —5 pesos— y la posibilidad de

⁴³ *El Universal*, 21 de enero 1927, 1ª sección, p. 1.

⁴⁴ *El Universal*, 2 de enero 1927, 1ª sección, p. 1.

obtener un puesto permanente dentro del diario. El interés del periódico por obtener material para publicar se manifestaba incluso en la modificación de las bases originales para que también se premiara con 250 pesos a las participaciones que el diario quisiera publicar en un futuro.⁴⁵ A la larga el concurso se convertiría en el primer paso para establecer una sección permanente compuesta exclusivamente por historietas mexicanas.

Desde un comienzo el certamen tendría una impronta nacionalista, pues se estableció: “El personaje o personajes, así como el asunto de las historietas, es absolutamente libre, pero se dará preferencia a las historietas de asunto nacional”. Sin embargo, también se puntualizaba que quería tiras cómicas “al estilo de las que publicamos en el Suplemento Dominical: Opulencia y Tío miseria, etc. [*The Dubb Family/Down on the Farm* de Frederick Burr Opper]”.⁴⁶ *El Universal* quería obras con el formato de las historietas estadounidenses que llevaba publicando casi diez años, pero “teniendo como temas asuntos típicos nacionales”.⁴⁷

En los días que siguieron a la emisión de la convocatoria, *El Universal* publicó varias notas periodísticas que pregonaban el éxito del concurso, así como en historietas promocionales que tenían como objetivo servir de ejemplo para los participantes. En estas tiras el diario enfatizaba: “la base fundamental es que los tipos de dichas historietas han de ser genuinamente nacionales”.⁴⁸ El acento reiterado en la necesidad de que las historietas enviadas tuvieran un carácter nacional no estuvo acompañado de una explicación de en qué consistía esta característica; pero al publicar el resultado el periódico aseguró a sus lectores que esa cualidad había sido uno de los criterios fundamentales para nombrar al ganador. Un acercamiento al resultado del certamen puede revelarnos qué era aquello designado como “lo nacional”, en apariencia era tan evidente o por lo menos tan obvio como para darlo por sentado.

El 13 de febrero de 1927 se anunció que entre los más de trescientos concursantes se había elegido como ganadora a *Mamerto y sus conocencias*, tira escrita por Jesús Acosa “Dux” y dibujada por Hugo Tilghman “Foxi”. Los autores eran asiduos participantes del concurso de caricatura del periódico, espacio que había publicado sus primeros trabajos y

⁴⁵ *El Universal*, 22 de enero 1927, 2ª sección, p. 3.

⁴⁶ *El Universal*, 2 de enero 1927, 1ª sección, p. 1.

⁴⁷ *Ibid.*

⁴⁸ *El Universal*, 3 de enero de 1927, 1ª sección, p. 8.

donde básicamente se habían formado como dibujantes y humoristas profesionales. Acosta contaba con estudios de preparatoria y era empleado de los Ferrocarriles Nacionales de México, trabajo que con el tiempo dejaría para dedicarse al humorismo. Tilghman, por su parte, era un estudiante de medicina, carrera que también abandonaría para seguir la profesión de dibujante, y para estas fechas es posible que ya tuviera alguna relación profesional con *El Universal* más allá del concurso de caricatura porque había realizado una cabecera para su sección cómica el año anterior.⁴⁹ La tira creada por ambos era descrita por el diario en los siguientes términos:

El ‘Mamerto’ de Tilghman es el charro popular, un hombre de mucho corazón, sencillote, franco, sano, ‘muy hablador’, vivo, dicharachero y de pocas pulgas, aunque fácil de contentar. Jesús Acosta, por su parte, imaginó graciosas ocurrencias, en las cuales hubiera de encajar a la perfección el tipo imaginado. La ideología de las aventuras corridas por los personajes, de los cuales Mamerto es el principal, es tan mexicana como ellos mismos.⁵⁰

El Universal aseguraba que tanto los personajes como sus aventuras tenían el carácter de nacionales, pasemos entonces a revisar cada uno de ellos. La participación de Tilghman y Acosta en el concurso consistía en cinco episodios que narraban las desventuras a las que se enfrentaba Mamerto Albondiguilla en la ciudad de México, un charro campirano que llegaba a la capital junto con su esposa Ninfa. Los recién llegados eran recibidos por sus amigos Chicote y Balarrasa, un diputado y un ex-militar, quienes alternativamente metían al personaje principal en algún embrollo o le tendían una trampa para burlarse de él (**Imagen 2.3**). Mamerto y Ninfa representaban a los migrantes recién llegados a la ciudad; mientras que Chicote y Balarrasa personificaban a los políticos revolucionarios con pistola al cinto y moviéndose con soltura en la ciudad a pesar de venir del interior del país.

En estos primeros cinco episodios se repetía un mismo esquema donde Mamerto era víctima de los engaños de sus amigos ciudadanos, dinámica que se convirtió en una de las

⁴⁹ La información biográfica sobre ambos personajes está recabada de Carrasco, *op. cit.*, p. 171 y 229; “Dux. Jesús Ignacio Acosta”, en *El Universal*, 11 de abril 1926, 4ª sección, p. 2; Florestán, “Nuestros humoristas dicen: Jesús Acosta Cabrera ‘Dux’”, en *El Universal*, 24 de mayo 1931, sección cómica, p. 2; Florestán, “Los humoristas mexicanos. Con Hugo Tilghman. El creador de Mamerto y otros personajes celebres”, en *El Universal Ilustrado*, 24 de julio 1930, p. 37 y 45; y Florestán, “Nuestros humoristas dicen: Hugo Tilghman”, en *El Universal*, 11 de enero 1931, sección cómica, p. 2.

⁵⁰ *El Universal*, 13 de febrero de 1927, 2ª sección, p. 4.



Imagen 2.3

Jesús Acosta y Hugo Tilghman, *Mamerto y sus conocencias*, *El Universal*, 20 de febrero 1927, 4^o sección, p. 1.

formulas de la tira al establecerse como parte permanente de la sección de historieta y caricatura. A esta mecánica pronto se agregó otra donde la esposa de Mamerto, que al principio aparecía solamente como acompañante, comenzó a tomar mayor protagonismo. Ninfa era una mujer ataviada con un rebozo y ropas campiranas, además de peinada con unas “anticuadas” trenzas; superando en estatura a su marido y con rasgos casi monstruosos, era la permanente perseguidora de su cónyuge en sus intentos de conquistar a otras mujeres y cuando lograba sorprenderlo en el acto le propinaba una paliza.

[Ninfa] Es, cuando más y si ustedes quieren, una de esas rancheras, un tanto “mezcladas” de la costa de Guerrero, de tipo fornido y decididas, capaces de hacer por su “viejo” lo que sea necesario; pero incapaces de perdonales cualquier jugarreta por insignificante que sea.⁵¹

Este personaje era el anti-estereotipo de la mujer moderna, a la cual representaban las flappers que su marido constantemente perseguía por la ciudad, y representaba las ataduras que tenía el personaje principal con el medio rural.⁵² Mamerto permanentemente intentaba escapar a la vigilancia conyugal a través de las más diversas estratagemas, además de buscar vengarse por las constantes golpizas que recibía. Paradójicamente, en la historieta ganadora el charro no aparecía encarnando por un personaje viril y hombruno como lo dictaba el estereotipo sino un marido sojuzgado por su mujer; situación que tenía fuertes reminiscencias del *Bringing Up Father* de McManus, en donde Jiggs era tan víctima del enojo de su esposa Maggie como Mamerto del de Ninfa.

Una historieta sobre las humillaciones que sufría un charro recién llegado a la ciudad a manos de sus amigos ciudadanos, sobre la persecución de un mujeriego por su horripilante mujer, y en general sobre una pareja de campesinos ignorantes en la ciudad, había sido seleccionada por *El Universal* como triunfadora bajo el criterio de que era la que abordaba los asuntos nacionales más típicos. Pero dentro de esta elección fue la figura del

⁵¹ Florestán, “Nuestros humoristas dicen: Hugo Tilghman”, en *El Universal*, 11 de enero 1931, sección cómica, p. 2.

⁵² Los personajes femeninos de estas primeras historietas merecen su propio estudio, en ellas se encuentran expresadas las actitudes más machistas de la sociedad mexicana; pero también la influencia de los personajes femeninos más modernos de las historietas estadounidenses. Muchos de estos personajes comenzaron siendo como Ninfa una representación estereotípica de las mujeres; pero dentro de la narrativa de las historietas evolucionaron para convertirse en personajes mucho más complejos.

charro lo que se remarcó como tema central, convirtiéndose en el principal detonante de los mecanismos humorísticos de la historieta.

Jesús Acosta, el autor de los textos, narraba en entrevista al periódico como se había acercado al dibujante con la idea para el personaje:

Mira, le dije, tengo ideado un charrito en esta forma, con esta tendencia, con esta psicología, con estos defectos. Será el tipo adinerado que viene a México por la primera vez y tras de tirar la careta de la hipocritona conveniencia del campo, se nos muestra con todos sus defectos y con todas sus virtudes; con su franqueza y su sinceridad; con sus pasiones y sus vicios. Un tipo real, positivo, de carácter propio y de ideas “avanzadas”; un charrito modernista que viene a “lustrarse” con sus amigos de provincia, ahora barnizados por la metrópoli por azares de la suerte.⁵³

La idea de Acosta fue ilustrada por un Hugo Tilghman que mezcló el traje característico de charro con la fisonomía del cómico Leopoldo Beristáin (**Imagen 2.4**) para



Imagen 2.4
Leopoldo Beristáin en *¡Cuando la tierra tembló!* (1942)

crear a un charro regordete de baja estatura vestido con los colores de la bandera nacional. Si bien la tira incluía otros personajes como Chicote, Balarrasa y Ninfa, Mamerto era el protagonista de la serie y valdría centrar en él la indagatoria sobre qué era aquello que el diario encontraba particular y evidentemente nacional en la historieta.⁵⁴

Seguramente los jueces del concurso jugaron un papel central en la selección de *Mamerto y sus conocencias* como ganadora; sin embargo, el diario nunca hizo público quienes formarían el jurado calificador.⁵⁵ Ante este problema otro posible acercamiento es comparar a la tira triunfadora con lo que sabemos de las otras historietas participantes. De

⁵³ *El Universal*, 13 de febrero de 1927, 2ª sección, p. 4.

⁵⁴ Ninfa solo tenía un rol relevante en una de las cinco tiras enviadas originalmente para participar en el concurso, y si bien adquiriría un papel importante en el futuro, es evidente que el tema principal de estos episodios originales era la relación de Mamerto con Chicote y Balarrasa.

⁵⁵ Es probable que entre los jueces se encontrara alguno de los miembros del jurado del concurso de caricatura como los dibujantes Francisco Gómez Linares y Fernando Guillén, artistas ambos de *El Universal*, o personajes relacionados con esa sección como el periodista Guillermo Castillo Júbilo.

las más de trescientas obras entre las que el periódico aseguraba había escogido a Mamerto se conocen solamente *Don Odilón* de Andrés Audiffred, *Escamas* de Miguel Patiño “Conejo” y los nombres de unas cuantas más.⁵⁶ Muchos de los títulos de las historietas de las que sólo se conoce el nombre, dan pie a pensar que la mayoría tenían como protagonistas a parejas cómicas y conyugales, como “Don Tadeo y Panchín”, “Don Nicéforo y Frumencio”, “Castro y su señora” y “Tacho y Eufrasia”. Además había una historieta con un probable contenido histórico o testimonial llamada “Los méritos de un hijo de la revolución” y un guión enviado por un concursante para una historieta de carácter político llamada “Problemas sociales”. La proliferación de historietas que caricaturizaban la relación entre cónyuges no es extraña, pues este era principal modelo de las historietas estadounidenses publicadas en los suplementos de los diarios capitalinos, mientras que aquellas que tenían como personajes a una pareja cómica seguramente tenían como referente a *Mutt y Jeff*.

Las dos historietas que sí fueron publicadas ofrecen el mejor punto de comparación. El segundo premio fue otorgado a *Don Odilón* de Andrés Audiffred, autor que para entonces realizaba ilustraciones para *El Universal* y llevaba casi una década de carrera como historietista e ilustrador. Su trabajo tenía como protagonista a un oficinista gordinflón que accidentalmente se metía en los más diversos aprietos. Por ejemplo, en uno de los episodios publicados *Don Odilón* era invitado al campo y a pesar de estar vestido como charro su inexperiencia lo ponía en ridículo montando y acababa siendo lanzado por el caballo a una nopalera (**Imagen 2.5**).

Aunque muchas obras recibieron remuneraciones económicas por parte del periódico, sólo otra apareció en las páginas del diario: *Escamas* de Miguel Patiño “Conejo” (**Imagen 2.6**).⁵⁷ La historieta era protagonizada por *Escamas*, un peladito de barrio que

⁵⁶ Se publicó una lista con los nombres de más de treinta concursantes con sus respectivas obras. Entre ellos se encuentran algunos de los concursantes asiduos del concurso de caricaturas como Armando Guerrero Edwards, Gustavo Amparán, Conrado García Quintela “Mephisto”, Bismarck Mier, R. Dávila Madrid y Carlos Díaz Delgado “Solrac”. *El Universal*, 13 de febrero de 1927, 2ª sección, p. 1 y 5.

⁵⁷ Al publicarse los resultados del concurso se mencionaba que Miguel Patiño había sido premiado por los textos de su historieta, de la cual no se mencionaba el título, aunque se apuntaba que el dibujo carecía de fuerza. *Escamas* apareció durante cuatro semanas consecutivas después de la publicación de los episodios de *Don Odilón*. No queda claro si ésta era la tira por la que había sido premiado “Conejo”, pero ante la probabilidad de que lo fuera se consideró en la comparación. *vid. El Universal*, 13 de febrero de 1927, 2ª sección, p. 4 *Escamas* apareció durante cuatro semanas a partir del 31 de marzo de 1927.



Imagen 2.5
 Andrés Audiffred, *Don Odilón*, detalle, *El Universal*, 3 de marzo 1927,
 2ª sección, p. 2.

“MEJOR NO ME DEFIENDAS COMPADRE” - EL “ESCAMAS” Por CONEJO



Imagen 2.6
Miguel Patiño “Conejo”, *Escamas*, detalle, *El Universal*, 21 de abril 1927,
2ª sección, p. 2.

vestía el chaleco característico de personajes como Chupamirto y Cantinflas, y que compartía con ellos su tendencia a meterse en problemas y salir de ellos gracias a su disimulada astucia. Uno de los rasgos particulares de la obra era que entornos rurales y urbanos se alternaban, a diferencia de otras representaciones del peladito que tendrían como contexto únicamente la ciudad.

Mamerto y sus conocencias había superado a tiras que tenían como protagonistas a un oficinista y a un peladito, a pesar de que en realidad el humor y estructuras de las tres era muy similar. Todas incluían un personaje principal que debido a una mezcla de inocencia e ignorancia se veía envuelto en alguna complicación. La semejanza entre ellas respondía en buena medida a que todas tomaban como modelo las tiras estadounidenses, y las escasas diferencias estaban en el escenario de las historietas y las particularidades de los personajes. Una de las pocas cosas que las diferenciaba era que paradójicamente mientras las aventuras de Mamerto, que era un personaje de carácter rural, acontecían exclusivamente en la ciudad, los pocos episodios realizados de las otras dos series tenían como escenario ocasional el campo, a pesar de que sus protagonistas eran eminentemente urbanos.

Visto a la luz del entusiasmo que *El Universal* había demostrado por el charro en su concurso por el símbolo de México, concluido sólo dos meses antes, es probable que la razón fundamental del triunfo de Mamerto haya sido el hecho de que el personaje era un charro. La historia y dinámicas de la tira eran básicamente las mismas que las de sus competidoras, pero a diferencia de ellas la tira de Acosta y Tilghman era protagonizada por un personaje que podía ser identificado como típicamente mexicano. El triunfo de Mamerto sólo puede ser entendido en el marco de la adopción de *El Universal* del discurso sobre el charro que había sido vertido en sus páginas por numerosos artistas e intelectuales poco tiempo antes.

El diario no se limitó a adoptar como personaje de su sección cómica al virtual símbolo de México sino que lo convirtió en la punta de lanza de la nacionalización de esta sección, una acción publicitaria en la que el periódico recurría a un discurso nacionalista cada vez más presente en sus páginas. Como ya se mencionó, al convocar el concurso se tenía contemplada la publicación permanente de historietas mexicanas en la sección dominical del diario, y al comenzar a aparecer la tira ganadora las historietas importadas se

vieron relegadas a la última página del suplemento. Esta sección del periódico pasó a componerse de cuatro páginas. En la primera aparecía *Mamerto...*, en las dos interiores los ganadores del concurso de caricaturas y en la última dos historietas estadounidenses.

Mamerto... adquirió el rol estelar en la nueva sección, y si bien aún se publicaban historietas importadas, se comenzó el proceso para establecer un suplemento dominical que contara únicamente con materiales de manufactura nacional. A pesar de que el diario había solicitado en la convocatoria historietas de estilo estadounidense, tenía un interés claro en diferenciar la tira ganadora de sus pares importadas; inclusive ponía por encima de las hechas en los Estados Unidos a la nacional y aseguraba que los dibujos de Tilghman “puestos al lado de las mejores historietas, como son las de McManus, Fisher, etcétera, no desmerecerían, no desmerecen, mejor dicho, un ápice y más bien resultan algo superiores.”⁵⁸

Una vez comenzada la publicación de la historieta de Tilghman y Acosta, *El Universal* incluyó cada jueves durante un par de meses los episodios de las otras ganadoras del concurso, *Don Odilón* y *Escamas*. Cuando se agotaron los cinco episodios de los que constaba cada serie el diario comisionó a Audiffred una nueva tira, *Don Aparicio Porchas*, que era protagonizada como su anterior obra por un oficinista. Sin embargo, fue hasta julio de 1927 que se pudo establecer otra serie permanente que acompañara a *Mamerto...* en la sección dominical y que además eliminara de ésta a las historietas estadounidenses, anunciando la creación de “Toda una sección cómica mexicana”.⁵⁹

Por fin hemos logrado, después de cuatro años de tenacidad y sacrificio en dinero, hacer una Sección Cómica Dominical netamente, mexicana, por artistas de México, casi todos ellos consagrados por sus justos méritos y por la fuerte circulación de este periódico.

Aparentemente para los lectores sólo significa este mejoramiento, en que ven con más gusto que el humorismo de esta sección sea MEXICANO y no “IMPORTADO”; pero creemos nuestro deber llamarles la atención sobre lo que financieramente esto significa. El costo de grabados para cuatro colores, sueldos de artistas dibujantes y creadores de historietas, así como los premios pagados a nuestros concursantes de caricaturas, importan alrededor de \$5,000.00 pesos mensuales. El gasto de lo que se hacía hace años en este periódico y que se sigue haciendo en otros diarios, comprando

⁵⁸ *El Universal*, 13 de febrero 1927, 2ª sección, p. 4

⁵⁹ *El Universal*, 10 de julio 1927, 1ª sección, p. 1

historietas cómicas norteamericanas, varia su precio entre \$150.00 y \$200.00 dólares mensuales.⁶⁰

A pesar de que el costo de publicación de historietas estadounidenses fuese notablemente menor que el de las mexicanas, *El Universal* prefería editar las segundas. Por supuesto que la decisión no estaba impulsada por altruismo o por la búsqueda de erigirse como un mecenas del historietismo, sino que era una decisión de carácter comercial, ya que se esperaba que el dinero invertido en tener historietas de manufactura nacional redituara en un mayor número de lectores, debido a la atracción que estas generarían entre el público.

La nueva historieta que ocupó la última página de la sección cómica fue *El Sr. Pestaña*,⁶¹ en la cual colaboraban Audiffred junto con Hipólito Zendejas, seudónimo con el que el periodista y escritor Carlos Fernández Benedico ya había realizado la historieta *Don Catarino y su apreciable familia* junto con Salvador Pruneda para *El Heraldo de México* en 1921. La tira era originalmente una historia policíaca sobre la persecución en suelo mexicano del ladrón internacional Chon Prieto por un individuo de apellido Pestaña. Originario de Nogales, Sonora, el Sr. Pestaña decidía perseguir al ladrón que huía de Estados Unidos hacia territorio mexicano para obtener una jugosa recompensa, pero en cada uno de los primeros episodios Pestaña era superado por la astucia de Chon Prieto, permitiendo que la persecución se prolongara un domingo más.

Esta dinámica sólo continuó durante dos meses de historietas hasta que finalmente Chon Prieto relató su historia a su perseguidor.

Yo soy mexicano del puritito San Juan Tolhuaca y jamasmente les he robado a mis hermanos de raza. Nomás a los americanos. Le voy a platicar lo que me sucedió porque asté es muy hombre. [...] Ahí tiene que mi mamá tenía un gran negocio de petróleo; una miscelánia onde vendia petróleo para los aparatos. [...] Pos sucedió que un día mi mamá no tuvo para pagarle a una compañía americana que le vendía el petróleo y ya no le quisieron vender más y a la miscelania se la llevo la trampa y mi mamá se murió de puro apenada.

Me fuí pa Nueva York y les robé a los americanos hasta que me cansé... ¡De pura vengada por la pobrecita de mi mamá chula!⁶²

⁶⁰ *Ibid.* Si consideramos que en la década de los veinte la equivalencia entre peso y dólar oscilo alrededor de los dos pesos por dólar, publicar historietas mexicanas costaba por lo menos doce veces más a *El Universal* que las historietas importadas. Sobre la equivalencia peso dólar *vid.* Carlos Tello, *Estado y desarrollo económico: México 1920-2006*, México, Facultad de Economía, 2007, p. 101.

⁶¹ El primer episodio apareció bajo el nombre *Chon Prieto y sus aventuras*.

⁶² Andrés Audiffred y Carlos Fernández Benedico, *El Sr. Pestaña*, en *El Universal*, 28 de agosto 1927, 4ª sección, p. 4

Gracias a esta confesión el personaje de Chon Prieto era redimido convirtiendo sus crímenes en algo casi patriótico, lo cual permitía que se transformara en el compañero del Sr. Pestaña en los siguientes episodios, que adquirirían un tono de historia de aventuras. A partir de este momento la historieta se convertiría en la sucesión interminable de lances en parajes exóticos y en países lejanos, y a veces no tan lejanos. Los personajes se embarcarían en un largo viaje que incluiría islas con tribus salvajes, las guerras civiles en la China de los veinte, varias ciudades europeas y el Estados Unidos de la prohibición.

El esquema de la historia de aventuras había sido utilizado por varias tiras estadounidenses para poder ampliar las posibilidades narrativas de sus historietas. Por ejemplo, la serie *Happy Hooligan* adquirió a su vez en 1927 estructura cuando los personajes principales viajaron a un reino oriental donde se enfrentarían a aventuras muy similares a las que ocuparían al Sr. Pestaña a finales del mismo año. El mismo Zendejas había recurrido al mismo recurso en *Don Catarino y su apreciable familia* al trasladar a los personajes a una isla habitada por una “primitiva” tribu de negros. Si *Mamerto y sus conocencias* imitó a *Bringing Up Father*, *El Sr. Pestaña* también replicó otros modelos importados. A la hora de establecer series permanentes los historietistas mexicanos recurrían a estos esquemas probados que les permitían continuar las tramas indefinidamente, a pesar de que los contenidos y personajes quisieran ser eminentemente locales.

Una vez que se estableció la sección cómica nacionalizada, ésta se convirtió en un semillero para nuevas series como *Chupamirto* del mismo Jesús Acosta, la cual empezó a publicarse ese mismo año retomando el estereotipo del peladito de barrio. Durante los siguientes años *Mamerto...*, *El Sr. Pestaña* y *Chupamirto* serían las tiras principales del periódico, a las que se agregaría posteriormente *Nagulás* y *Laburio*, que tenía como protagonistas a un desempleado y a un abonero árabe, y *Segundo I. Rey de Moscabia*, una tira de aventuras sobre un charro que heredaba la corona de un reino ficticio. Además, *El Universal Gráfico*, publicación hermana de *El Universal*, también abrió espacios en sus páginas para los historietistas mexicanos, apareciendo en ellas obras como *Los Berruga* y *Adelaido El Conquistador*.

En una especie de proceso de “sustitución de importaciones”, el diario había logrado eliminar de sus páginas las historietas estadounidenses llenándolas de las producidas nacionalmente; y aunque muchas de ellas se crearon inspiradas directamente por las primeras, también es cierto que los nuevos contenidos respondían de una manera más inmediata al contexto de sus lectores, reinventando creativamente el modelo foráneo. Al retomar figuras tan locales como el charro y el peladito, las nuevas historietas ofrecían referencias humorísticas locales y por lo tanto más accesibles para los lectores de *El Universal*. Si al público mexicano se le podía escapar que el físico del Jiggs de McManus correspondía al estereotipo sobre los inmigrantes irlandeses, no podía dejar pasar de largo el hecho de que Nagulás, por su gran nariz y el marcado acento que el escritor imprimía en sus diálogos, representaba a los aboneros que recorrían las calles de la capital; apelando así a las experiencias inmediatas de los lectores.

Si bien el tipo de aventuras que vivían los personajes no eran muy diferentes en forma a las de los personajes de las tiras importadas, los escenarios eran muchas veces lugares de la capital, como el Centro, La Merced, el barrio de Tepito y Xochimilco. Así mismo, los diálogos ahora tenían un marcado sabor local, pues ya no sólo eran una traducción neutra al español aderezada con algunas referencias locales, sino que ahora los textos reflejaban acentos, pertenencias a estratos sociales, además de una nutrida colección de argots y coloquialismos usados en la ciudad.

Esta voluntad de *El Universal* de impulsar la publicación de historietas nacionales en detrimento de las estadounidenses se enmarcaba en una línea editorial que hacía una apología constante de lo nacional frente a lo extranjero. El diario sostenía que la nacionalización de la sección cómica era el resultado de cuatro años de trabajo desde la instauración del concurso de caricatura;⁶³ pero nada apuntaba a que éste fuera el objetivo en 1924, cuando no se destacaba la importancia de que los dibujantes o los temas de las caricaturas fueran mexicanos. Sin embargo, esta apología de lo nacional ya había tenido expresiones como el Concurso del Símbolo de México en 1926, donde se establecía el requisito de que los participantes debían ser de nacionalidad mexicana.⁶⁴ Sobre este requisito José R. Pulido explicaba:

⁶³ *El Universal*, 10 de julio 1927, 1ª sección, p. 1.

⁶⁴ *El Universal*, 9 de noviembre 1926, 1ª sección, p. 1.

Tenemos un gran cariño por los extranjeros que con nosotros conviven y trabajan; tenemos bastantes en el seno de nuestra Asociación; pero es claro que tratándose de crear un “tipo México,” pugnemos porque sea la obra de un mexicano.⁶⁵

Concursos como el de la India Bonita realizados desde 1921 también habían tenido una fuerte dosis de celebración de lo nacional; pero para finales de los veinte el nacionalismo del diario iba en aumento, prefigurando el auge de las campañas nacionalistas implementadas por el Estado a principios de los treinta, así como la consolidación de corrientes nacionalistas en distintos ámbitos artísticos. Durante los siguientes años *El Universal* inició una campaña pro-español contra la exhibición de películas con audio y textos en inglés y una campaña en defensa de las artes gráficas que criticaba la venta de revistas producidas en el extranjero o que tuvieran principalmente contenidos importados.

En el marco de la campaña pro-español del diario, Alfonso Junco, escritor católico e hispanista, expresaba su apoyo a *El Universal* y el malestar que personalmente experimentaba frente a la expansión de la cultura estadounidense.

El poderío fantástico de los Estados Unidos desborda de sus fronteras e inunda todos los continentes, imponiendo sus normas, gustos y maneras por una múltiple expansión —cinematográfica, lingüística, musical, etc.— siempre fácil y penetrante cuando la empuja una mano sagaz y cuajada de dólares.

[...] importamos todas las plagas yanquis, agravadas aquí por el ímpetu y hervor de nuestro temperamento: la música de aullidos y estridencias, el baile plebeyo y lujurioso, la barbarie antiestética del box, el impudor y la licencia femeninos, la pavorosa disgregación conyugal y familiar...⁶⁶

El diario aseguraba que sus campañas no eran contra lo extranjero sino de promoción de lo nacional.⁶⁷ Sin embargo, pocos de los articulistas que asumían las posiciones del diario hacían esta distinción y censuraban con dureza la difusión de la cultura extranjera. La nacionalización de la sección cómica del diario había iniciado antes del auge de estas campañas, así que el diario no fue blanco de críticas por su papel en la

⁶⁵ *Ibid.*

⁶⁶ Alfonso Junco, “El cinematógrafo y la invasión pacífica”, en *El Universal*, 1 de junio 1929, 1ª sección, p. 3.

⁶⁷ El diario aseguraba que su campaña contra la exhibición de películas de habla inglesa sin traducir, que tuvo especial auge entre mayo y junio de 1929, no era contra el inglés ni contra los extranjeros sino en beneficio de los hablantes en castellano que se veían obligados a ver películas en un idioma extranjero. Además la campaña ponía especial énfasis en la necesidad de una producción cinematográfica nacional. *vid. El Universal*, 2 de junio 1929, 1ª sección, p. 1.

difusión de la cultura estadounidense;⁶⁸ pero la decisión de publicar solamente historietas hechas en México fue examinada en las páginas de opinión por José de Jesús Núñez y Domínguez, un connotado literato y articulista que había criticado a los poetas del grupo de los contemporáneos por extranjerizantes, quien afirmaba:

[Desde la importación de las] historietas absurdas y pueriles (muy dentro del infantilismo yankee por estas dos características) [...], los] niños han estado familiarizándose con tipos extraños a su educación y a su medio, que les enseñan costumbres que desconocen y que aún los desconciertan con minucias domésticas que no se hallan habituados a ver en su cotidiano vivir.⁶⁹

Las temáticas de las historietas importadas atentaban contra la cultura nacional al exponer a los lectores a representaciones de prácticas ajenas, y ante esto Núñez y Domínguez celebraba la creación de historietas que reflejaran el modo de ser nacional. Pasando revisión de otras historietas realizadas en México antes de 1927, este periodista y escritor encomiaba la nueva cara nacionalista del suplemento dominical.

A uno de nuestros dibujantes le encomendó cierto diario la concepción y ejecución de historietas cómicas originales, pero ha caído en un completo error al imitar servilmente la técnica de algunos de los “cartonistas” norteamericanos, pues no sólo copia los lineamientos salientes de sus tipos sino aun numerosos detalles de indumentaria y hasta los artefactos de uso personal. En esas historietas las esposas celosas siempre blanden, para castigar al marido, el rodillo, que es común en los hogares de Yanquilandia y que nuestras señoras irascibles no convierten jamás en arma de combate. En México, la “tranca” y el “garrote” son el argumento contundente de nuestras amas de casa. Y como este detalle, podrían señalarse muchos, que convierten esas historietas en malas imitaciones de las de allende el Bravo.

Por lo tanto, precisaba desterrar de nuestra Prensa ese denigrante y fuerte sabor de exotismo, que constituía un vehículo de desnacionalización, y por ello, con un muy buen acuerdo, EL UNIVERSAL ha convertido en mexicana toda su sección cómica de los domingos.

Ya en otros tiempos, se había intentado la creación de tipos cómicos que reflejaran nuestras costumbres, pero veleidades de los editores e indiferencia del público, dieron al traste con tan loables ensayos, signos, sin embargo de la transformación sufrida por nuestros dibujantes.⁷⁰

⁶⁸ Aunque *El Universal* si fue criticado por publicar una página en inglés mientras emprendía su campaña pro-idioma. *El Universal*, 31 de mayo 1929, 1ª sección, p. 1.

⁶⁹ José de Jesús Núñez y Domínguez, “Dibujantes mexicanistas”, en *El Universal*, 16 de julio 1927, 1ª sección, p. 3.

⁷⁰ *Ibid.* El primer historietista al que el autor se refiere era probablemente Juan Arthenack que había creado *Aventuras de Don Prudencio* para *Excélsior*, la cual como vimos con anterioridad guardaba una gran similitud con *Mutt y Jeff*; mientras que la tira que anteriormente había intentado crear tipos que reflejaran las costumbres nacionales seguramente era *Don Catarino y su apreciable familia*, tira con protagonista charro

Al “nacionalizar” su sección cómica *El Universal* hacía de las posiciones más radicales y esencialistas sobre la cultura, sacando de sus páginas productos que extranjerizaban a sus lectores. Las tiras por las que eran remplazados no eran tan diferentes; pero la nacionalización estaba en los detalles. Todas las tiras mexicanas respondían a formatos importados, pero el hecho de que se sustituyera a los rodillos por garrotes y los hombres de clase media por charros era suficiente para que las nuevas historietas no se juzgaran como extranjerizantes sino como típicamente mexicanas.

El charro como estereotipo rural en el humorismo gráfico

En el marco del creciente nacionalismo de *El Universal* el charro era una figura ideal para tener su propia tira dominical; sin embargo Mamerto no encarnaba la gallarda imagen del charro que se trataba de presentar desde la Asociación Nacional de Charros, ni siquiera alguna de las variantes que habían sido presentadas en el marco del concurso del símbolo de México. En las caricaturas e historietas se presentó una imagen del charro que no podía ser más distinta de la proyectada desde los ámbitos citados; en cambio respondía a una perspectiva urbana de un mundo rural que había invadido la ciudad después de la revolución.

Juan Manuel Aurrecoechea y Armando Bartra han señalado que después de la revolución la ciudad se convirtió en un crisol cultural, escenario de encuentro de los sectores campesinos que habían participado en la revolución. En la ciudad, afirman, las convenciones sociales que mantenían alejados a los públicos de clase alta de las clases populares se relajaron formando un espacio cultural heterogéneo donde la creatividad estaba a la orden del día. Este escenario urbano se había transformado en una década de revolución no sólo por la presencia de distintas facciones armadas en la ciudad sino por una amplia migración en términos generales del campo hacia la ciudad.⁷¹

que se vio discontinuada ante el cierre del *El Heraldo de México* y *El demócrata* en 1923 y 1926, respectivamente, y que volvería a publicarse años después en *El Nacional*.

⁷¹ Aurrecoechea y Bartra, *op. cit.*, p. 179-205



Imagen 2.7

Hipólito Zendejas [Carlos Fernández Benedito], *Don Catarino y su apreciable familia*, detalle, *El Heraldo de México*, 3 de abril 1921,

Este ambiente fue propicio para la creación de tipos populares. Viejas figuras presentes en los imaginarios sociales durante décadas — no sólo el charro sino también otras como el lépero— tomaron un nuevo dinamismo y se incorporaron a los medios masivos de comunicación. El charro estuvo presente en casi todos los ámbitos desde el principio; pero adquiriendo en cada uno de ellos rasgos particulares. En las historietas este personaje apareció por primera vez como protagonista en la tira *Don Catarino y su apreciable familia*.

Creado en 1921 para *El Heraldo de México*, Don Catarino era un charro originario de Silao, Guanajuato que como miles de otras personas llegó a la ciudad a incorporarse a una ajetreada vida urbana que contrastaba con su tranquila vida en el campo. El personaje principal estaba acompañado de su esposa y sus dos hijos, con los que en cada uno de los primeros episodios de la serie se metía en un embrollo relacionado con un nuevo aspecto de la vida urbana descubierto por esta familia del campo. Durante los primeros episodios los protagonistas intentaban aprender a andar en bicicleta y en patines (**Imagen 2.7**), iban a una feria donde quedaban atónitos ante la casa de los espejos, caían por accidente al alcantarillado público, entre muchas otras experiencias que normalmente tenían resultados funestos.

Nunca quedaban claros cuales eran los propósitos de la familia al emigrar, aunque parecía que pensaban residir en la ciudad permanentemente pues en un episodio Catarino vendía su hacienda.⁷² En primera instancia la serie tendría este escenario, para después convertirse en una serie de aventuras en lugares exóticos como el continente africano. En los primeros episodios la vida urbana parecía ser demasiado compleja para los personajes y detrás de cada esquina se metían en un embrollo. En el mismo episodio donde Don Catarino vendía la hacienda, les robaban lo que habían obtenido de la venta sin que ellos se percataran, causando que la familia se endeudara pensando que tenían recursos.⁷³ En otro episodio la familia presenciaba un robo y Catarino intervenía sin saber que era un asalto simulado para una película y por ello recibía una paliza de los miembros del equipo de filmación.⁷⁴

⁷² *El Heraldo de México*, 15 de mayo 1921, suplemento dominical, p. 4

⁷³ *Ibid.*

⁷⁴ *El Heraldo de México*, 1 de mayo 1921, suplemento dominical, p. 4

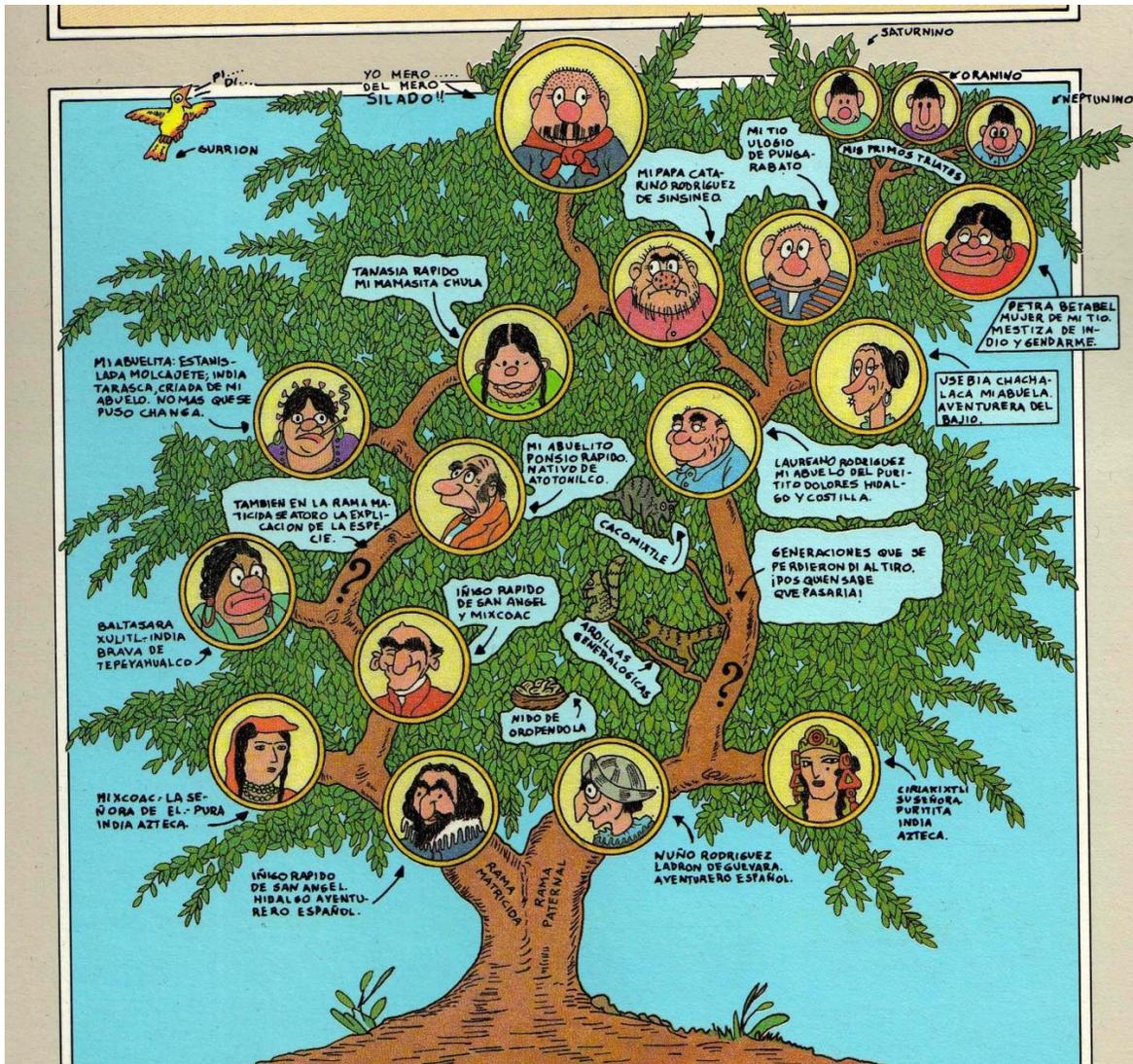


Imagen 2.8
 Salvador Pruneda, Ahuehuete genealógico de Don Catarino, *El Heraldo de México*, 3 de diciembre 1922. Reproducción tomada de Aurrecoechea y Bartra, *op. cit.*

La ignorancia del personaje sobre la vida urbana era el mecanismo central de la tira. Mientras que en la historieta estadounidense los vagabundos, inmigrantes o negros eran las víctimas principales del humor historietístico, los campesinos lo eran en la mexicana. Ni siquiera los campesinos que tenían una buena posición económica escapaban del escarnio humorístico por su ignorancia, porque aunque se establecía que Don Catarino tenía cierta riqueza, este no dejaba de ser ignorante. El personaje era incluso presentado como un iletrado, ya que en un episodio iba a comprar anteojos y cuando el oftalmólogo le mostraba una tabla de Snellen Don Catarino sostenía que no entendía las letras de la prueba y el

médico aumentaba la graduación de las gafas hasta que el paciente revelaba que no sabía leer.⁷⁵

La estudiosa de las historietas en el mundo hispánico Ana Merino ha puesto énfasis en otra característica del personaje a partir de su análisis de una imagen, el ahuehuete genealógico de Don Catarino, el cual remontaba su origen familiar hasta la conquista (**Imagen 2.8**). Merino pone especial atención en como la genealogía del personaje se constituía de dos elementos. El primer enlace de cada rama familiar era un matrimonio entre una indígena y un español, reconocidas en la época como las dos raíces esenciales de la nación. A lo largo de la ilustración los individuos de los dos orígenes aparecían dibujados con rasgos específicos y el producto de cada enlace, siempre masculino, conservaba lo más posible los rasgos españoles; mientras que las mujeres eran en casi todos los casos de ascendencia indígena y estaban dibujadas de una manera particularmente caricaturesca.

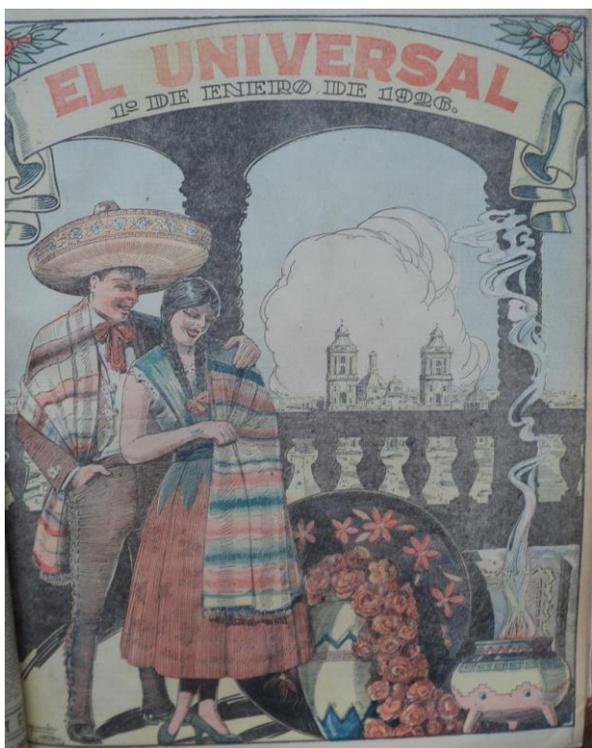


Imagen 2.9
Autor desconocido, *El Universal*, 1 de enero
1926, 3ª sección, p. 1.

Catarino no sólo era un charro sino que se le presentaba como un mestizo que tenía en su sangre tanto de español como de indígena; pero que como hombre de su familia acababa encarnando lo español.⁷⁶

Al avanzar la década, en los espacios cómicos de la prensa fue prevaleciendo una imagen del charro que era muy parecida al de la historieta de Zendejas y Pruneda; aunque simultáneamente aparecía de maneras más “dignas”. El charro inicialmente se incorporó a la gráfica como parte del repertorio de figuras nacionales al lado de la china poblana, las distintas variedades de artesanía y la herencia colonial (**Imagen 2.9**); y había también una tendencia a

⁷⁵ *El Heraldo de México*, 12 de junio 1921, suplemento dominical, p. 4

⁷⁶ Ana Merino, “Variable identities in the mexican comic strip: Don Catarino in the stereotypical space of the cannibals”, en *International Journal of Comic Art*, n. 8.1, primavera-verano, 2006, p. 362-377.

utilizarlo como símbolo del país dentro de la caricatura política, como ejemplifica esta caricatura de Santiago R. de la Vega (**Imagen 2.10**), donde el charro aparece contrapuesto a la representación de Estados Unidos encarnada en el Tío Sam. Sin embargo, la reducción de la presencia de la caricatura política en la prensa capitalina durante los años veinte; hizo que el charro ignorante comenzara a aparecer más frecuentemente en las secciones de entretenimiento.

En los cartones del concurso de caricatura de *El Universal* comenzó a aparecer una y otra vez este charro que más que ser una encarnación de lo mexicano representaba a los campesinos y terratenientes emigrados a la ciudad, siempre poniendo especial énfasis en su ignorancia. Por ejemplo, en esta caricatura de Jesús Acosta, futuro creador de Mamerto, un charro preguntaba en la oficina de correos sobre el costo de enviar una carta a Michoacán, y ante la respuesta de la encargada que dependía del peso de la carta, el charro resolvía que iba a ser costoso por que sus palabras

eran de mucho peso (**Imagen 2.11**). El charro dejaba de ser entonces enaltecedor representante de lo nacional para el país y

para los extranjeros, y se convertía en vehículo para el chiste fácil basado en la ignorancia de uno de los personajes de la broma, característica que siempre se traducía en la interpretación equívoca de una idea o una práctica. Chistes como éste se repitieron constantemente en las páginas de *El Universal*, donde además en numerosas ocasiones el charro era dibujado de manera grotesca como en esta otra caricatura del mismo Jesús Acosta (**Imagen 2.12**).



Imagen 2.10
Santiago R. de la Vega, "Interrogación", *El Herald de México*, 26 de agosto 1919, p. 3.

En el Correo



—Oiga: ¿Por cuánto va esta carta hasta Zinapécuaro?
—Pues, según lo que pese.
—¡Ah, chirrión! Pos me va a costar las pilas, porque lleva unas palabrotas muy “pesadas”.

Imagen 2.11

Jesús Acosta “Dux”, “En el correo”, *El Universal*, 18 de abril 1926, 4ª sección, p. 3.

EN NUEVA YORK



Nos echaremos un té con pan americano.
¿Y onde mero paes, tñ.
Pos allí lo venden, mira.

Imagen 2.12

Jesús Acosta "Dux", "En Nueva York", *El Universal*, 13 de marzo 1927, 4ª sección, p. 2.

Esta visión del charro puede verse sintetizada en un cuento de Porfirio Hernández “Fígaro” publicado en el magazine dominical del diario en 1926. Títulado “De cómo vino a México D. Oribasio y cómo se fue”, el breve relato contaba la historia de un provinciano que llegaba a la capital enfundado en su traje de charro y que desde que llegaba a la ciudad era víctima de los engaños y abusos de los ciudadanos: confundía a un cargador con un amable transeúnte hasta que éste exigía su pago, necesitaba tomar un taxi al otro lado de la acera al verse sorprendido por el abundante tráfico, era víctima de un timo cuando un hombre reconociendo su origen campesino le vendía una baratija a un elevado precio, entre otras desgracias. Al final de la historia Don Oribasio se veía obligado a regresar a pie a su lugar de origen, que era tan insignificante que ni siquiera aparecía en el mapa. Sin embargo, al llegar a su pueblo y preguntarle sus paisanos sobre su experiencia él exclamaba “¡Oh, aquello es maravilloso! Imagínense que un día una dama de la primera sociedad...”.⁷⁷

Desde la perspectiva urbana el charro representaba un distante mundo rural cada vez más alejado para los habitantes de la capital, el cual era invariablemente mirado con desdén. En el charro se condensaba un sentimiento de xenofobia contra los migrantes rurales.⁷⁸ En este sentido, testimonios como *Mamerto y sus conocencias* y “De cómo vino a México D. Oribasio y cómo se fue” documentan los prejuicios a los que las masas campesinas que llegaron a la ciudad tuvieron que enfrentarse, los cuales seguramente estuvieron acompañados de actos de discriminación y abuso. El desprecio por el charro como representante del campo era sólo una entre las distintas concepciones que se tenía en la época del personaje, y aún dentro del humorismo gráfico aparecían representaciones de otro tipo. Por ejemplo, en la obra de Andrés Audiffred, uno de los mejores dibujantes del periodo, así como se pueden reconocer en ocasiones imágenes denigratorias del charro también aparece como parte del arca del “*mexican curios*” (**Imagen 2.13**), representando a México (**Imagen 2.14**), los charros dominicales o de ocasión (**Imagen 2.5**), o inclusive como representación de la clase terrateniente (**Imagen 2.15**). Sin embargo, la imagen denigratoria del charro adquiriría mayor difusión al triunfar *Mamerto y sus conocencias* en el concurso de historietas de 1927.

⁷⁷ Porfirio Hernández “Fígaro”, “De cómo vino a México D. Oribasio y cómo se fue”, en *Magazine Dominical, El Universal*, 28 de marzo 1926, p. 14.

⁷⁸ Los grupos indígenas también fueron víctima de la xenofobia interior. *vid.* Alicia Castellanos Guerrero (coord.), *Imágenes del racismo en México*, México, Universidad Autónoma de México-Iztapalapa/Plaza y Valdez, 2003.



Imagen 2.13
Andrés Audiffred, *Magazine Dominical, El Universal*, 22 de agosto
1926, p. 3.



Imagen 2.14
Andrés Audiffred, *Magazine Dominical, El Universal*, 15 de mayo 1927, p. 2.



Imagen 2.15
Andrés Audiffred, detalle, *Magazine Dominical, El Universal*, 20 de febrero 1927, p. 2.

Mamerto Albondiguilla era en más de un sentido un heredero de *Don Catarino y su apreciable familia*, repitiendo su mismo esquema y eligiendo también como su protagonista un charro ignorante. La gran diferencia estaba en que a pesar del carácter denigratorio de esta imagen del charro, ésta se envolvía por el diario en una parafernalia nacionalista aún a pesar de la interpretación que los autores tenían de su tira. Jesús Acosta describía a su propio personaje como un tipo adinerado que portaba la hipocritona careta de la conveniencia del campo, una descripción que no se excedía en elogios y contrastaba con el acento que ponía el diario en la mexicanidad del personaje. Las opiniones del escritor son acordes al desprecio con el que él mismo había representado al charro en otros de sus trabajos (**Imágenes 2.11 y 2.12**). Nacido en la Ciudad de México, Acosta había trabajado en los ferrocarriles antes de iniciarse como caricaturista a raíz del concurso de caricatura de *El Universal* y su visión de los charros no reflejaba ninguna simpatía hacia el mundo rural. Este humorista era un individuo de las clases trabajadoras que formaba parte ahora de los sectores medios gracias al éxito que había tenido como humorista. Ante este ascenso Acosta había asumido una posición de desprecio hacia las clases de las que provenía sobre todo en Chupamirto, un lumpen como él mismo podía haber sido en algún momento, sentimiento de desprecio que se hacía extensivo a los campesinos que llegaban constantemente a la ciudad.

Tilghman aunque era originario de Guadalajara, donde había realizado sus estudios primarios, vivía en la ciudad desde hacía varios años y su interpretación gráfica del personaje creado por Acosta parecía centrarse más en el diseño de un personaje icónico que fuera fácil de dibujar y de reconocer que en el hecho de darle cargas positivas o negativas.

¿Qué cómo se me ocurrió hacer a Mamerto? ... ¡Psh! ... Fue muy sencillo: un trazo por acá y allí quedó el sombrero. El mismo procedimiento para hacer el traje, cuidando de calcular cómo quedaría llevando un cuerpo dentro; un cuerpo de ranchero, de charro. Y desconocido, además, distinto a los otros que ya nos sabíamos de memoria. Y así avancé un poco más en la confección del “personaje”.

[...] Y, con dos trazos más, surgió el copete de Mamerto; con otro, el bigote; y con medio trazo, casi, la cara completa. Y así fue cómo logré que Mamerto, vestido de escocés o vestido de frac, fuera siempre Mamerto, sin dejar lugar a que, por equivocación, siquiera, llegara a confundírsele alguna vez con otro. Y su traje, solo, o

bien vistiendo el cuerpo de Bala Rasa, o el de Nagulás, o el de Laburio, sería siempre el traje de Mamerto.⁷⁹

Sin embargo, aunque en el dibujante no se encontrarse de manera tan explícita el desprecio por lo rural presente en los guiones de Acosta, la imagen de Mamerto como un hombre regordete, narizón y de baja estatura estaba lejos de ser la versión más elogiosa que había en el amplio repertorio de las representaciones del charro en distintos medios (**Imagen 2.16**). La actitud de ambos autores es explicada por Bartra y Aurrecochea como una expresión del rechazo hacia el campo de parte de los habitantes de la ciudad.

Los capitalinos se sienten invadidos por los inmigrantes, y si no pueden obligarlos a que permanezcan alejados en su remoto mundo agrario, intentan, por lo menos, afirmar la superioridad urbana frente a la rusticidad campirana, reduciendo a sangrientas caricaturas todo aquello que huelga a campo, a rancho o a huarache. Este es el esquema ideológico que subyace en *Mamerto y sus conocencias*.⁸⁰



Imagen 2.16

Jesús Acosta y Hugo Tilghman, *Mamerto y sus conocencias*, detalle, *El Universal*, 13 de marzo 1927, 4ª sección, p. 1.

⁷⁹ “Cómo trabajan los más populares dibujantes de México”, en *El Universal Ilustrado*, 19 de septiembre 1929, p.13 y 45.

⁸⁰ Aurrecochea y Bartra, *op. cit.*, p. 232.

El hecho de que un personaje reivindicado como símbolo de lo nacional fuera cada domingo víctima de numerosos atropellos en manos de Acosta y Tilghman no pasó desapercibido por el mismo diario que en una entrevista al dibujante lo cuestionaba acerca de ello.

[...] haciéndonos eco del sentir de muchas personas, le espetamos:

—Bueno, amigo Tilghman, pero su charro no es el prototipo del charro mexicano, del verdadero... Un charro apaleado siempre...

—¡Ah! Ustedes lo han dicho... Pero no soy el culpable... Yo sólo dibujo y animo mis figuras, teniendo que presentarlas según el asunto que se ha de desarrollar...

Yo soy el primero en lamentar lo que con tanta frecuencia le ocurre al “sufrido y aguantador charrito”...

—¿Y no habrá remedio? Usted, como coautor de la historieta, puede hacer mucho por que se vaya cambiando el disco...

Y Tilghman asiente, convencido de que tenemos razón.

[...] quisiéramos un Mamerto macho, sagaz y marrullero y que si ha de vivir situaciones comprometidas y de las que no podrá salir bien librado, en otras, siempre llevando la ventaja, sabe desquitarse con creces; ya sea con la enérgica Ninfa o con quien sea...⁸¹

La falta de virilidad del personaje no era pasada tampoco por alto por el entrevistador y expresaba su deseo de ver un charro más acorde con el estereotipo del charro que se estaba construyendo desde otros ámbitos. Sin embargo, a pesar de que Mamerto representaba originalmente el desprecio por el mundo rural, a la larga el personaje acabaría colaborando con la proliferación de la efigie del charro en los medios de comunicación, mientras que este desprecio se desdibujaría frente al charro como parte de una imagen bucólica del campo promocionada como símbolo de identidad nacional.

En los años inmediatos a su surgimiento, la estructura narrativa de *Mamerto y sus conocencias* se vio obligada a diversificarse y la constante vituperación de la que era objeto el personaje central se moderó. Al principio los autores exploraron las posibilidades de la dinámica originalmente planteada y Mamerto fue víctima de todas las golpizas y bromas que Acosta y Tilghman pudieron imaginar; pero poco a poco la tira comenzará a incorporar nuevos recurso, como la sátira o parodia de acontecimientos de la vida real. Algunos ejemplos de esto fueron la participación de Mamerto en un concurso al mejor premio industrial organizado por el gobierno o su imitación de los pioneros mexicanos en la

⁸¹ Florestán, “Los humoristas mexicanos. Con Hugo Tilghman el creador de Mamerto, y otros personajes casi célebres”, en *El Universal Ilustrado*, 24 de julio de 1930, p. 37

aviación, quienes eran noticia central en los periódicos de la época.⁸² Además, la tira también enfrentaría una y otra vez a Mamerto y sus coprotagonistas a los inventos más novedosos del momento como la radio, el fonógrafo, el cine, el automóvil y el avión, teniendo cada uno de estos encuentros un desenlace humorístico.⁸³

La tira también comenzaría a explorar nuevas posibilidades con la inclusión de los hijos del matrimonio Albondiguilla: Canuto y Pioquinto. Entre ambos hijos se entablaba una fuerte rivalidad que alimentaría la narrativa de la tira especialmente a finales de 1927. Esta rivalidad estaba además potenciada por las características personales de cada uno de ellos. Mientras Canuto había inmigrado a Estados Unidos, Pioquinto se había quedado en Chupícuaro, la tierra natal de sus padres; y cada uno representaba una herencia cultural muy diferente. El primero regresaba convertido en todo un *gentleman* americano y el segundo era vivo ejemplo de la rústica educación que había recibido en la tierra de sus padres. Es interesante que a la larga Pioquinto desaparecería de la tira mientras que Canuto regresaría ya casado nuevamente en 1929, casi totalmente aculturalizado y hablando la mayoría del tiempo en inglés, lo cual aunado al desconocimiento de Mamerto y Ninfa de la cultura estadounidense y la ignorancia de la esposa de Pioquinto de México daría pie a buena parte de la comicidad de la tira durante este periodo.⁸⁴

Otra dinámica de la tira fue resultado de la recurrencia de Mamerto a tener que llevar acabo planes para hacerse de algún capital ante el férreo control monetario al que lo sujetaba su esposa. Así como en *Don Catarino y su apreciable familia* tampoco se establecía claramente de donde provenían los ingresos para que Mamerto y Ninfa vivieran en la capital. En algunas ocasiones parecía que eran propietarios de tierras en su natal Chupícuaro, e incluso Mamerto llegaba a afirmar que habían perdido su rancho en un

⁸² *El Universal*, 15 de julio 1928, 4ª sección, p. 1 y *El Universal*, 22 de julio 1928, 4ª sección, p. 1.

⁸³ Ana Merino ha señalado en su análisis del comic español *Petra* que la constante presencia de elementos tecnológicos en esa historieta expresa el conflicto entre los objetos de la modernidad con el carácter del personaje principal que representaba lo tradicional. Lo mismo podría aplicarse al caso de *Mamerto y sus conocencias*, así como la hipótesis de que estas primeras historietas cumplían entre otras funciones la de ser interpretes de la experiencia moderna para sus lectores. Ana Merino, *El cómic hispánico*, Madrid, Cátedra, 2003, p. 127-141.

⁸⁴ Entre los debates de la época se encontraba una gran preocupación por la influencia de la cultura estadounidense entre los mexicanos que emigraban a los Estados Unidos, vivían cerca de la frontera con ese país y/o estaban expuestos a su cultura. Los ejemplos son numerosos, entre ellos se encuentra este artículo que se preocupaba por el abandono de la costumbre de usar sombrero por influencia de la cultura de Estados Unidos. “Por el ojo de la llave”, *El Universal*, 8 de noviembre 1928, 1ª sección, p. 3.



Imagen 2.17

Jesús Acosta y Hugo Tilghman, *Mamerto y sus conocencias*, detalle, *El Universal*, 24 de mayo 1931, sección cómica, p.

“zafarrancho”;⁸⁵ pero la ocupación de Mamerto dependía de lo útil que fuera para los autores ponerlo en uno u otro empleo. Así el personaje pasó por ser policía, inventor, palettero, entre otros oficios. La situación se agudizó especialmente durante los primeros años treinta cuando la crisis monetaria afectó a la pareja y los hizo recorrer todos los oficios posibles, desde puestos gubernamentales, barrenderos, bomberos, hasta inclusive asaltantes y secuestradores. Cada oficio permitía a Acosta y Tilghman explorar una nueva situación cómica llevando la tira por un derrotero diferente.

Las dinámicas de la historieta son repetitivas y nunca se prescinden de las estructuras básicas que le habían dado origen; pero al diversificar las mismas la tira se vio forzada a convertir a Mamerto no sólo en la víctima de sus historias sino en el héroe de muchas de ellas, despojándole en parte de las cargas negativas que tenía originalmente. La publicación de la historieta estaba además acompañada de una retórica nacionalista que pregonaba su éxito y celebraba constantemente sus cualidades nacionales, lo cual también matizaba el desprecio con el que era tratado. Por ejemplo, durante 1929 la tira fue acompañada durante varias semanas con la leyenda “Historietas cómicas y caricaturas exclusivas de ambiente nacional, por humoristas y dibujantes mexicanos. (Naturalmente que cuestan más)”.⁸⁶

El desdoblamiento del personaje en distintas narrativas lo ponía en situaciones donde se podían desarrollar cargas nacionalistas de las que carecía originalmente. En un episodio de 1931 Mamerto iba vestido elegantemente dirigiéndose a una recepción cuando un chino de nombre Wan Goo lo interpelaba sobre su abandono del traje charro (**Imagen 2.17**).

—Calay! Tu ya no gustánlote tlaje de charro, tú ya halto fifí.

—No basfémies, si es meramente por compromiso, pero no me hallo con estos desfiguros.

¡Al diablo la recección! Mejor me voy contigo para demostrarte que sigo siendo buen mexicano!

—Tú siempre halto platiota.

—Entonces aguárdame tantito, voy a encasquetarme el jarano, a enfundarme los pantalones ajustados y a colgarme las espuelas de Amozoc.⁸⁷

⁸⁵ *El Universal*, 29 de noviembre 1931, sección cómica, p. 1.

⁸⁶ *El Universal*, 23 de junio 1929, sección cómica, p. 1

⁸⁷ *El Universal*, 24 de mayo 1931, sección cómica, p. 1. El léxico utilizado por los personajes de buena parte de las historietas del periodo trataba de imitar al lenguaje popular e incluir los distintos argots callejeros. Para profundizar sobre este tema y sus implicaciones *vid.* Aurrecochea y Barta, *op. cit.*, p. 214 y ss.; y Annalisa

En este caso Mamerto sí asumía el rol de representante de lo mexicano frente a un extranjero como Wan Goo. La imagen del charro ignorante se acabó por disolver en el torrente de la retórica nacionalista sobre la figura e incluso Mamerto ayudó a proyectar esta figura en cada vez un mayor número de ámbitos. Al ser presentado el personaje como punta de lanza de la nacionalización de la sección cómica se convirtió a su pesar en parte del discurso que sostenía que la expresión máxima de la nación se encontraba en lo rural, y en especial en el charro.

Mamerto y la difusión de la imagen del charro

En su estudio sobre Mamerto, Annalisa Fiorito apuntaba con acierto en qué medida este personaje participó en la construcción del charro como estereotipo de lo nacional.

No importa que Mamerto fuese un personaje ridiculizado porque la figura del charro, que él representaba, era continuamente definida como típica y popular, alimentando el mito del charro mientras hacía una caricatura de él y contribuyendo igualmente a que echara raíces en el imaginario de la nación.⁸⁸

Finalmente, Mamerto contribuyó a la presencia del charro en los medios de comunicación. Debido al éxito de la historieta su imagen se proyectó a otros ámbitos, comenzando por los mismos colegas de Acosta y Tighman, quienes sin empacho comenzaron a utilizar al personaje en sus propios trabajos. El charro había sido popular entre ellos como motivo humorístico y fue fácil remplazar una encarnación anónima de él con una representación que aparecía en el diario domingo a domingo con un rostro y nombre definido (**Imagen 2. 18**). Durante los siguientes años se volvió común la aparición de caricaturas que recurrían al personaje de Acosta y Tilghman en donde otros autores se valían de Mamerto para realizar los mismos chistes que podían haber realizado con un charro cualquiera o en ocasiones hacían bromas acordes con los rasgos y situaciones

Fiorito, "Il fumetto mexicano negli anni del nazionalismo culturale. Studio di un caso: Mamerto y sus conocencias, 1927-1943", Turín, Universidad de Turín, Facultad de Letras y Filosofía, Tesi di Laurea, 2002, p. 185-194.

⁸⁸*Ibid.*, p. 202. La traducción del italiano es del autor.



Imagen 2.18
Félix R. Loperena, “Cronometría de Mamerto”, *El Universal*, 21 de septiembre 1927, sección
cómica, 1ª sección, p. 10.



Imagen 2.19
Cayetano Caloca Valle, "Jubilada", *El Universal*, 24 de octubre 1929, sección cómica, 1ª sección,
p. 5.

comunes del personaje en su propia historieta; aunque realizando cada uno su interpretación gráfica de Mamerto (**Imagen 2.19**). Se fue formando así el género de la “mamertada”, forma en la cual los caricaturistas empezaron a titular sus cartones con este personaje.

Así el charro dominical multiplicó su presencia en el interior del mismo periódico. Veteranos del concurso de caricatura entre los que se encontraban Félix Loperena, Cayetano Caloca y Gustavo Amparán; otros historietistas del diario como Carlos A. León y Manuel Montalvo Solís; así como los colaboradores incorporados a finales de los veinte como José G. Almanza “Laburio” y el cubano Eduardo de la Miranda “Eddy”, realizaron en



Imagen 2.20

El Heraldo de México. 10 de octubre 1921. p. 8.

algún momento “mamertadas”. Tan sólo durante los seis años siguientes al debut de Mamerto aparecieron numerosas caricaturas del personaje de por lo menos quince dibujantes reconocidos, además de varias hechas por aficionados o artistas sin identificar, además de los cartones ocasionales que hacía el mismo Acosta con su personaje. Ya fuera debido a que incluir al personaje en sus trabajos podía persuadir al periódico de que éstos fueran publicados o por la facilidad de poner un charro conocido donde antes se hubiese puesto a un charro anónimo, Mamerto tuvo un éxito considerable entre los aficionados y profesionales que dibujaban para *El Universal*.

Otro espacio de proliferación de la figura de Mamerto fue la publicidad. Los charros ya eran usados ocasionalmente dentro de la publicidad desde años atrás (**Imagen 2.20**); aunque muchas veces aparecían anunciando productos que de alguna forma estaban asociados al mismo charro (**Imágenes 2.21 y 2.22**). Hay que recordar que el concurso del símbolo de México que había sido promovido por la Asociación Nacional de Publicistas

tenía entre sus objetivos la creación de un símbolo para ser usado por la misma asociación en su publicidad.⁸⁹ Pronto Mamerto se convirtió en una figura idónea para servir de anunciante, gracias a la difusión que le daba aparecer domingo a domingo en las páginas de uno de los diarios de mayor circulación nacional.

Sólo a unos meses de que se hubiera comenzado a publicar *Mamerto y sus conocencias*, los protagonistas fueron usados para promocionar a la productora de telas Atoyac Textil con un anuncio que además imitaba a las historietas utilizando globos para expresar diálogo entre Mamerto y su esposa (**Imagen 2.23**). Además esta publicidad tenía la ventaja de que usando la misma imagen se podían hacer anuncios distintos, ya que en cada aparición los personajes expresaban un dialogo distinto donde normalmente se ponía acento en el

carácter mexicano de los productos de la empresa textil. El anuncio estaba dibujado por el mismo Hugo Tilghman, quien había sido comisionado para realizarlo por medio del Departamento Técnico de Publicidad de la Compañía Periodística Nacional, casa editora de *El Universal*.⁹⁰ No pasó mucho tiempo antes de que otra compañía comisionara su propia propaganda con Mamerto, realizando esta vez Jesús Acosta un anuncio para los cerillos “La Imperial”, el cual apareció por lo menos durante dos años en la prensa (**Imagen 2.24**).



Imagen 2.21
El Universal, 22 de enero 1922, 1ª sección, p. 9.

⁸⁹ *El Universal*, 9 de noviembre 1926, 1ª sección, p. 1.

⁹⁰ En el Departamento Técnico de Publicidad de la casa editora de *El Universal* encontrarían empleo muchos de los caricaturistas e historietistas formados alrededor de los concursos del diario. Bajo dirección de Fernando Guillén buena parte de los caricaturistas que a diferencia de Tilghman, Acosta y los otros historietistas de planta no obtenían un ingreso constante de su producción como humoristas, pudieron obtener un empleo permanente que les permitiera producir caricaturas ocasionalmente.

Torres a la Cabeza
Orgullo de la Industria Nacional
En Sombreros para Charros no hay
que olvidar a **TORRES**, que es el
GRAN ESPECIALISTA
por su Estilo, Clase y Precio. - Los
más afamados de la República
Sombrería E. TORRES O.
1a. de Allende No. 2 Apartado 1907 México, D. F.
Pida Ud. mi último Catálogo. Se mandan pedidos por
Correo y Express.



Imagen 2.22
El Universal, 2 de octubre 1926, 1ª sección, p. 3.



Imagen 2.23

Hugo Tilghman, *El Universal*, 27 de octubre 1927, 2ª sección, p. 2.

LA IMPERIAL



EN TODAS PARTES PRENDEN

Pidan
Nuestros
Cerillos
y Fósforos

No Tienen
Rival

CAJA MAMERTO.

CIA. MEXICANA DE CERILLOS Y FOSFOROS S.A.

APARTADO POSTAL 1890.
Cruce de Nonoalco.
Mexico, D.F.

Imagen 2.24

Jesús Acosta, *El Universal*, 8 de julio 1928, 2ª sección, p. 8.

HOY! EL ACONTECIMIENTO MAXIMO DEL AÑO BARATA DE MAMERTO

¡PRECIOS SORPRENDENTES!

¡MERCANCIAS MAGNIFICAS!

Sea de los Primeros en Venir HOY a Nuestros Almacenes y le
Haremos los más Hermosos Obsequios

¡VEA LOS APARADORES!

OIGA la maravillosa ELECTROLA ORTOFONICA que tocará duran tela FORMIDABLE
BARATA DE MAMERTO. Este aparato es de la casa de Leoncio Fernández, Monte de
Piedad No. 11, que vende las últimas novedades en discos

¡¡GANGAS!!

¡¡REGALOS!!

EL NUEVO MUNDO

CAPUCHINAS Y 5 DE FEBRERO



Con autorización de "EL UNIVERSAL"

Imagen 2.25

Jesús Acosta(?), *El Universal*, 4 de septiembre
1929, 2ª sección, p. 8.

En los siguientes años estos y otros anuncios con el personaje principal de *Mamerto y sus conocencias* aparecieron en las páginas de *El Universal* y otras publicaciones de la misma editorial. El charro que cada domingo era apaleado se convirtió en el anunciante del Ferrocarril de San Rafael y Atlixco, la distribuidora de refacciones e implementos automovilísticos Grafirete, entre otros productos. Además, en un evento ampliamente promocionado, los almacenes El Nuevo Mundo organizaron en septiembre de 1929 “La barata de Mamerto”, un evento comercial organizado alrededor del personaje de historieta (**Imagen 2.25**).

Mientras que Mamerto triunfaba en el mundo de la publicidad, el charro por sí mismo comenzó a tener más y más apariciones en anuncios, siendo utilizado incluso para promover la venta de productos sin relación alguna con la charrería; como la pasta dentífrica Pebeco (**Imagen 2.26**). Inclusive en la publicidad de productos y servicios extranjeros publicada en México comenzó a difundirse las imágenes del charro. Aunque aún había anuncios que incluían la imagen contra la cual la Asociación Nacional de Publicistas había propuesto al charro (**Imagen 2.27**), entre los anunciantes de estos productos comenzó a generalizarse el uso de este personaje como parte de su arsenal de recursos publicitarios (**Imagen 2.28**).⁹¹

Más allá del ámbito de la mercadotecnia hay otras evidencias del éxito de Mamerto y la difusión de su imagen por otros medios. En una entrevista a Tilghman, el periódico hablaba de la reproducción de la imagen del personaje con motivos comerciales.

Tilghman, francamente, debe estar orgulloso. Mamerto ha sido el “mono” que más se ha popularizado en México. Dondequiera lo encontramos: en las paletterías, en las cajas de fósforos, en una cantidad sin límites de pequeños negocios comerciales. Ahora, con motivo de las “posadas”, fue la figura que más predominó entre las que formaban las “piñatas”... Y aún del Japón y Checoslovaquia hemos visto “Mamertos” hechos de todos tamaños y colores y en distintos materiales. En el exterior se le caracteriza como el tipo que caracteriza al tipo mexicano... Algo verdaderamente caprichoso, pero que responde a una necesidad. Así existen John Bull para Inglaterra; el Tío Sam para los Estados Unidos; Liborio para Cuba...⁹²

⁹¹ Sobre como la iconografía nacionalista incluyendo al charro se incorporó a la publicidad, especialmente a la de productos de origen estadounidense *vid.* Moreno, *op. cit.*, p. 112-151.

⁹² Florestán, “Nuestro caricaturistas dicen... Hugo Tilghman”, en *El Universal*, 11 de enero 1931, sección cómica, p. 2



Los fumadores

preferimos la pasta dentífrica **PEBECO** por su sabor fuerte y agradable! Otros dentífricos de sabor dulzón no nos satisfacen!

LA PASTA DENTIFRICA **PEBECO**

conserva indefinidamente la dentadura sana y hermosa, pues neutraliza la acidez de la boca que corroe el esmalte de los dientes y los deja sin defensa contra los gérmenes destructores. Convénzase enviándonos por Correo este cupón y por la misma vía

Le Obsequiaremos

un tubo de Pasta Dentífrica Pebeco para diez días y un paquete de papel tornasol. Humedezca en la boca una tira de éste. Antes de usar el Pebeco tomará un color rosado: hay acidez. Después de usarlo quedará azul: la acidez ha sido neutralizada.

No pida: "El mejor dentífrico"; pida simplemente "Pebeco".

Cupón
PEBECO

Carlos Stein, S. en C.
Apdo. Postal 2569 México, D. F.

Nombre..... U
Dirección.....

Imagen 2.26

Francisco Gómez Linares, *El Universal*, 2 de agosto 1929, 2ª sección, p. 4.

Go Illinois Central
 THE ROAD OF TRAVEL LUXURY
 to
MEXICO
Texas and the Southwest



Visit colorful Old Mexico. Age-old customs. Picturesque people. Fascinating open markets displaying strange wares.

See Texas and the great southwest, still marked by Spanish conquest . . . Delightful winter climate. Outdoor sports.

Go now — via Illinois Central. Courteous — efficient — luxurious service. Fine trains including the de luxe Panama Limited and The Daylight.

Complete information, including hotel rates, reservations, etc. — all arrangements made. Why not write or call? We welcome inquiries.

J. Lankton
 Passenger Traffic Manager

Choice of Four Interesting Routes

Via New Orleans  3 daily trains
 Via St. Louis  3 daily trains
 Via Memphis  3 daily trains
 Via Jackson, Miss. and Shreveport, La. 3 daily trains

PHONE OR CALL

City Ticket Office, 165 W. Jackson Blvd. Phone | Wabash 4483
 Local 18
 Travel and Tour Bureau, 308 So. La Salle St. Phone State 0513-4-14

USE THIS COUPON

J. V. LANKTON, Passenger Traffic Manager
 Illinois Central System, 301 Central Station, Chicago, Ill.

Send without cost to me all information regarding:

<input type="checkbox"/> Old Mexico	<input type="checkbox"/> Dallas	<input type="checkbox"/> Houston	<input type="checkbox"/> New Mexico
<input type="checkbox"/> Austin	<input type="checkbox"/> El Paso	<input type="checkbox"/> San Antonio	<input type="checkbox"/> Arizona
<input type="checkbox"/> Beaumont	<input type="checkbox"/> Fort Worth	<input type="checkbox"/> Waco	<input type="checkbox"/> California
<input type="checkbox"/> Brownsville	<input type="checkbox"/> Galveston	<input type="checkbox"/> Wichita Falls	

Hotel rates and information at _____

Two weeks' individual all-expense tour to _____

Name _____ Phone _____

Address _____

Illinois Central
 THE ROAD OF TRAVEL LUXURY

Imagen 2.27
 El Universal, 19 de febrero 1931, 2ª sección, p. 1.

El
Charro
y
John Bull
mano a mano

Hemos puesto en amistosa competencia, y en beneficio de usted, los mejores productos textiles ingleses y nacionales.

INGLESES
Cortes de tres metros desde \$39.00. Tenemos también, finísimos de \$42.00, \$48.00, \$55.00, \$59.00, \$75.00 y \$90.00.

NACIONALES
Casimires magníficos, que compiten con los cortes de tres metros, desde \$17.00. Clases muy finas, de \$21.00, \$28.00 y \$30.00. El casi-mir doble tejido, un verdadero orgullo de la industria nacional. CORTE DE TRES METROS, \$55.00.

VENGA A ESCOGER SU CORTE

**JESSURUN
CHICUREL Y CIA.**
Av. Isabel la Católica 41.

\$ 17⁰⁰-

\$ 55⁰⁰-

Imagen 2.28
El Universal, 8 de octubre 1932, 1ª sección, p. 4.

Con seguridad el periódico exageraba con fines propagandísticos, y es probable que en cualquier representación de charro se quisiera ver un Mamerto; pero a pesar de esto, el hecho de que la figura fuese retomada con fines comerciales hace que no sea difícil imaginar que pequeños comercios se aprovecharan de un personaje con difusión comercial importante para publicitar sus propios negocios (**Imagen 2.29**). En este mismo sentido *El Universal* publicaba en 1927 una carta enviada por el Club Hípico Mamerto donde comunicaba al diario su decisión de asumir ese nombre y pidiendo autorización para utilizar la imagen del charro en su bandera.⁹³

Más allá de la información que con fines propagandísticos publicaba el propio periódico hay otras evidencias de la popularidad en general de las historietas y la

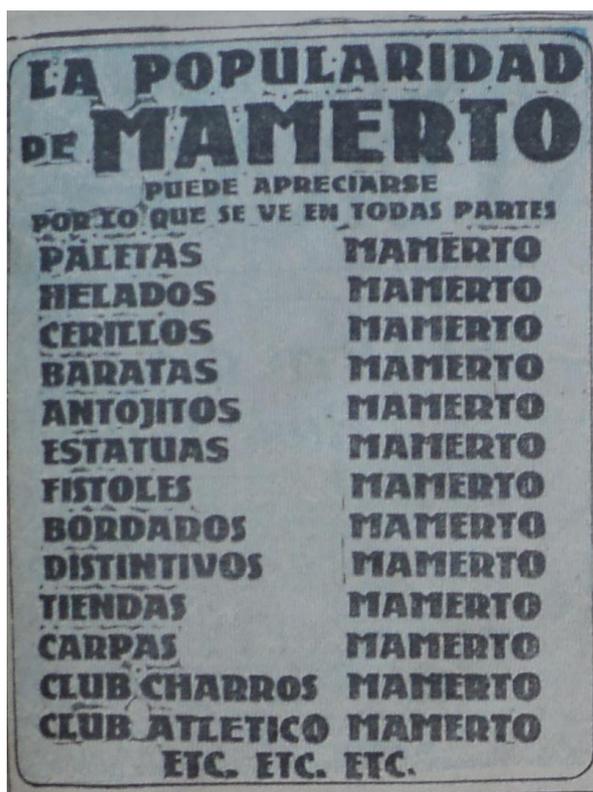


Imagen 2.29

Jesús Acosta y Hugo Tilghman, *Mamerto y sus conocencias*, detalle, *El Universal*, 6 de octubre 1929, 4ª sección, p. 1.

trascendencia de sus personajes a otros espacios. El más claro ejemplo de esto serían los numerosos testimonios que señalan a Chupamirto, otro de los personajes creados por Jesús Acosta, como inspiración en la creación de Cantinflas. El personaje, que ocupaba un lugar secundario dentro de la sección cómica, según los testimonios de actores y personajes inmiscuidos en el ambiente carpero, definió la vestimenta y parte del humor que encaminaron a Mario Moreno a crear su popular alter ego.⁹⁴

El mundo de las artes escénicas también tuvo presencia de Mamerto. En 1929 el titiritero Atanasio Velasco manufacturo marionetas basadas en los

⁹³ Carta de V. Escárcega y S. B. Guerra, Jr. a José Gómez Ugarte, publicada en *El Universal*, 3 de agosto 1927, 2ª sección, p. 1 y 2.

⁹⁴ La versión de que Cantinflas se inspiró en el personaje de *El Universal* aparece en voz de numerosas personas. Un ejemplo de ellos es Testimonio de Antonio Cortés (Bobito), en Socorro Merlín, *Vida y Milagros de las carpas. Las carpas en México, 1930-1950*, México, INBA/Centro Nacional de Investigación y Documentación Teatral Rodolfo Usigli, 1995, p. 126.

personajes de *El Universal* para una función infantil a llevarse a cabo en el Teatro Principal (**Imagen 2.30**);⁹⁵ mientras que un par de años después Mamerto fue personificado por el humorista Luis Rojas Feria con motivo de las fiestas de conmemoración de la independencia en 1931. Rojas Feria prometió en entrevista con el diario realizar una gira por el país y el extranjero en gira nacionalista, aunque se desconoce si se llevó a cabo.⁹⁶ Por otro lado, existen testimonios de que versiones del personaje fueron interpretadas en las carpas populares de la ciudad de México.⁹⁷



Imagen 2.30
El Universal, 22 de septiembre 1929, 1ª sección, p. 10.

⁹⁵ *El Universal*, 22 de septiembre 1929, 1ª sección, p. 10 y 3 de octubre 1929, 2ª sección, p. 4.

⁹⁶ *El Universal*, 17 de septiembre 1931, 3ª sección, p. 5.

⁹⁷ Merlín, *op. cit.*, p. 28

La radio no quedaría tampoco exenta de la presencia de Mamerto. Después de aparecer interpretado por el cómico Otilio Gutiérrez como orador en un concierto de invierno de *El Universal*, Mamerto recibió su propio programa patrocinado por la Compañía de Cigarros “El Águila”. La compañía contrató once episodios semanales con duración de una hora donde Mamerto, interpretado por el mismo Gutiérrez, viajaría por el mundo acompañado de su esposa, personificada por Elena Ureña, alternándose con contenido musical a cargo del Conjunto Musical “Casino”.⁹⁸ El programa era otra expresión más de la utilidad comercial que las empresas veían en Mamerto para hacerse promoción e incluso prefiguraría el esquema que la tira adoptaría en los treinta al mandar a su elenco a recorrer el mundo.

En Estados Unidos las historietas habían surgido con el objetivo de vender más periódicos, pero su éxito pronto las convirtió en una mercancía ideal para promocionar otras mercancías, creándose entonces un estrecho lazo entre el entretenimiento y la compra de productos.⁹⁹ En México, aún con un mercado y prácticas de consumo que para los años veinte eran muy menores a los de los Estados Unidos, no se tardó en asociar las historietas a la publicidad. El charro, que ya se encontraba presente en los desfiles cívicos, en la música y que comenzaba a hacer sus primeras apariciones en el cine, tomó por asalto la publicidad y la historieta; poniéndose en el cruce entre los medios de comunicación masiva —especialmente en lo que se refiere al entretenimiento— y la venta de los más diversas mercancías.

No hay que considerar esta proliferación de la imagen del charro como un fenómeno separado de la dimensión nacionalista de la figura. El nacionalismo en buena medida se había instituido como moda, y por lo tanto era el vehículo perfecto para publicitar mercancías. Por otro lado, la repetida aparición del charro en ámbitos comerciales y de entretenimiento fue sustento de la efectividad de esta figura como símbolo nacionalista. Michael Billig argumenta que el nacionalismo no se reproduce principalmente en las expresiones más extremas del discurso nacionalista como los discursos en

⁹⁸ *El Universal*, 12 de diciembre 1929, 4ª sección, p. 8.

⁹⁹ Desde principios del siglo XX se comenzaron a utilizar ocasionalmente personajes de historieta para promocionar productos. Para los años treinta el este fenómeno alcanzó su punto más alto, a la vez estos personajes eran convertidos en mercancías como juguetes y souvenirs. Gordon, *op. cit.*, p. 80-89. Una revisión de la relación entre historieta y publicidad puede consultarse en Rick Marschall y Warren Bernard (eds.), *Drawing power. A compendium of cartoon advertising. 1870-1940*, Seattle, Fantagraphics/Marschall Books, 2011.

conmemoraciones o la celebración de las efemérides fundacionales de la patria sino en las prácticas más cotidianas, a lo cual llama “el nacionalismo banal”.¹⁰⁰ Mamerto, y en general la presencia del charro en ámbitos comerciales y de entretenimiento, sirvió como vehículo para instaurar en los imaginarios sociales al charro más allá de cargas específicas, de modo que estuviera disponible en el banco de memoria cuando la figura fuera invocada por el nacionalismo como máxima representación de la nación mexicana.

Mamerto sirvió además como punta de lanza para que la figura del charro se abriera paso en los medios de comunicación emancipada del contexto de las suertes charras e incluso su adscripción a una clase social específica. Aunque desde ámbitos como la caricatura y la historieta se proyectara un charro que más que responder al charro folklórico y conservador que aparecía en los desfiles y en la charrería, respondía al desprecio que los habitantes de la ciudad experimentaban por un campo que los había invadido; a fin de cuentas la proliferación de charros que vino alrededor de Mamerto colaboraba a su establecimiento en los imaginarios mediáticos, contribuyendo a abrir las puertas para la proliferación de esta figura en el cine, la música y la misma historieta durante la siguiente década.

¹⁰⁰ Michael Billig, “El nacionalismo banal y la reproducción de la identidad nacional” en *Revista Mexicana de Sociología*, v. 60, n. 1, 1998, p. 37-57.

Capítulo 3

Los extranjeros en la gráfica humorística mexicana

La relación de México con los extranjeros se ha caracterizado por una complicada mezcla de filias y fobias. El nacionalismo mexicano estuvo fincado desde sus inicios en un antihispanismo radical, que pasó por la expulsión de los españoles en 1827, y la construcción del nuevo país se dio a partir de un proceso de exclusión que marginaba a todo lo que no coincidía con la definición esencialista que se había hecho de lo nacional.¹ Debido a que los proyectos políticos de liberales y conservadores estuvieron permeados por el debate entre el rechazo al pasado hispánico y la apología del mismo, la cuestión de la relación con los extranjeros adquirió una centralidad notable en el primer siglo de existencia de México. La guerra con los Estados Unidos y las dos intervenciones a manos de los franceses también dejaron profundas huellas en la forma en la que se percibía a estos grupos, generando sentimientos de animadversión en su contra que se propagaron entre los sectores populares. Durante el gobierno de Porfirio Díaz se sumó a este complejo escenario el descontento causado por el impulso a la inmigración y el apoyo a la inversión foránea en distintas áreas de la economía.

La revolución de 1910 asumió entre sus banderas la restricción al papel que habían adquirido los extranjeros en el sistema económico, y numerosas facciones de este movimiento se manifestaron contra la presencia de ciertas nacionalidades en el país, como fue el caso de la china. El nacionalismo que acompañó al movimiento revolucionario se caracterizó por la exaltación de lo “propio” frente a un desprecio por las ideas, valores y producciones artísticas extranjeras.² En este marco abundaron las expresiones en contra de distintos grupos de inmigrantes, muy a pesar de que en comparación con otros países la presencia de población extranjera en México era notablemente pequeña. La animadversión contra estos grupos se manifestó en un exacerbado discurso nacionalista, políticas

¹ Tomás Pérez Vejo, “La extranjería en la construcción nacional mexicana”, en Pablo Yankelevich (Coord.), *Nación y Extranjería. La exclusión racial en las políticas de Argentina, Brasil, Cuba y México*, México, UNAM/PUMC, 2009, p. 147-185.

² Sobre la relación de la revolución mexicana con el racismo, especialmente hacia los grupos indígenas, *vid.* Alan Knight, “Racism, revolution and indigenismo: México, 1910-1940”, en Richard Graham (ed.), *The idea of race in America Latina, 1870-1940*, Austin, Texas, University of Texas Press, 1990, p. 71-113.

migratorias sumamente restrictivas y la formación de organizaciones dedicadas específicamente a combatir la presencia de extranjeros en el país.³ La gráfica satírica fue uno de los ámbitos en los que se expresó esta compleja relación, abundando en las páginas de los periódicos representaciones de distintos grupos de inmigrantes. Los humoristas utilizaron frecuentemente estereotipos sociales de antiguo cuño sobre los extranjeros, a la vez que agregaron a los mismos nuevos elementos.

³ La designación de ciertos grupos de inmigrantes como indeseables estuvo intrínsecamente ligada a la concepción que se tenía del mestizaje como pieza central de la modernización de México. Marta Saade Granados, “México mestizo: de la incomodidad a la incertidumbre. Ciencia y política pública posrevolucionarias”, en Carlos López Beltrán (coord.), *Genes y mestizos. Genómica y raza en la biomedicina mexicana*, México, Ficticia, 2011, p. 29-63. Sobre las políticas del gobierno para el control de la población extranjera vid. Pablo Yankelevich, *¿Deseables o inconvenientes? Las fronteras de la extranjería en el México posrevolucionario*, México, Bonilla Artigas/Iberoamericana/ENAH, 2011 y *Nación y extranjería...*, op. cit. Sobre las organizaciones del movimiento antichino y otras agrupaciones con un programa antiextranjero como el Comité Pro-Raza vid. José Jorge Gómez Izquierdo, *El movimiento antichino en México (1871-1934). Problemas del racismo y del nacionalismo durante la revolución mexicana*, México, INAH, 1991 y Ricardo Pérez Montfort, “Por la patria y por la raza” *La derecha secular en el sexenio de Lázaro Cárdenas*, México, UNAM/FFyL, 1993.

De nuestros CONCURSANTES

Caricatura y Texto de J. G. VALENCIA

DERROCHADOR



—¿Qué tal te fue de Covadonga, Venancio?
—Muy mal, gasté mucho ese día.
—¿De veras?
—Figúrate que salí de la tienda con 200 pesos en la bolsa y regresé el domingo con 199

Imagen 3.1

J. G. Valencia "P. Pito", "Derrochador", *El Universal*, 11 de septiembre 1928, 1ª sección, p. 4.

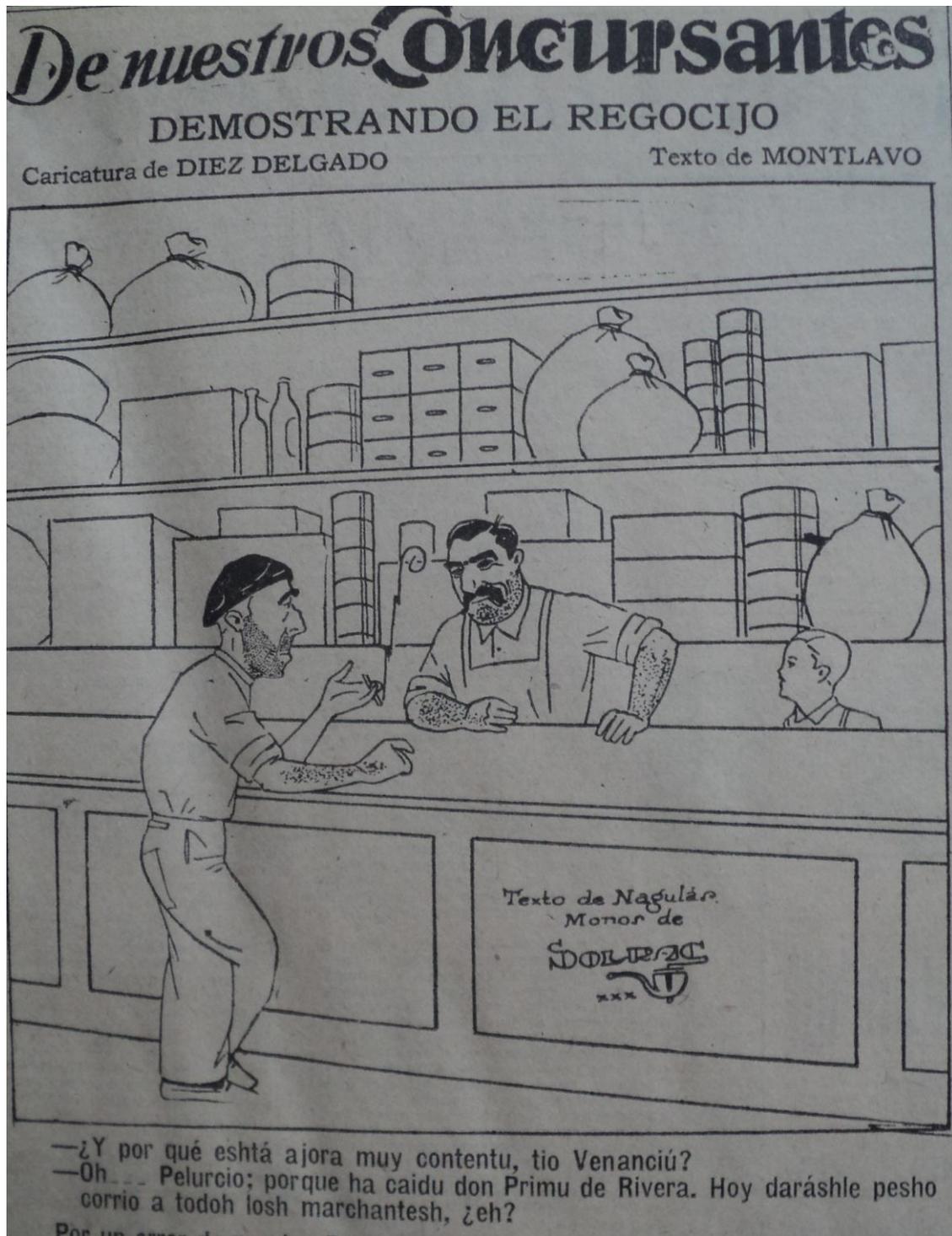


Imagen 3.2
 Carlos Diez Delgado “Solrac” y Manuel A. Montalvo “Nagulár”, “Demostrando el Regocijo”, *El Universal*, 1 de febrero 1930, 1ª sección, p. 5.

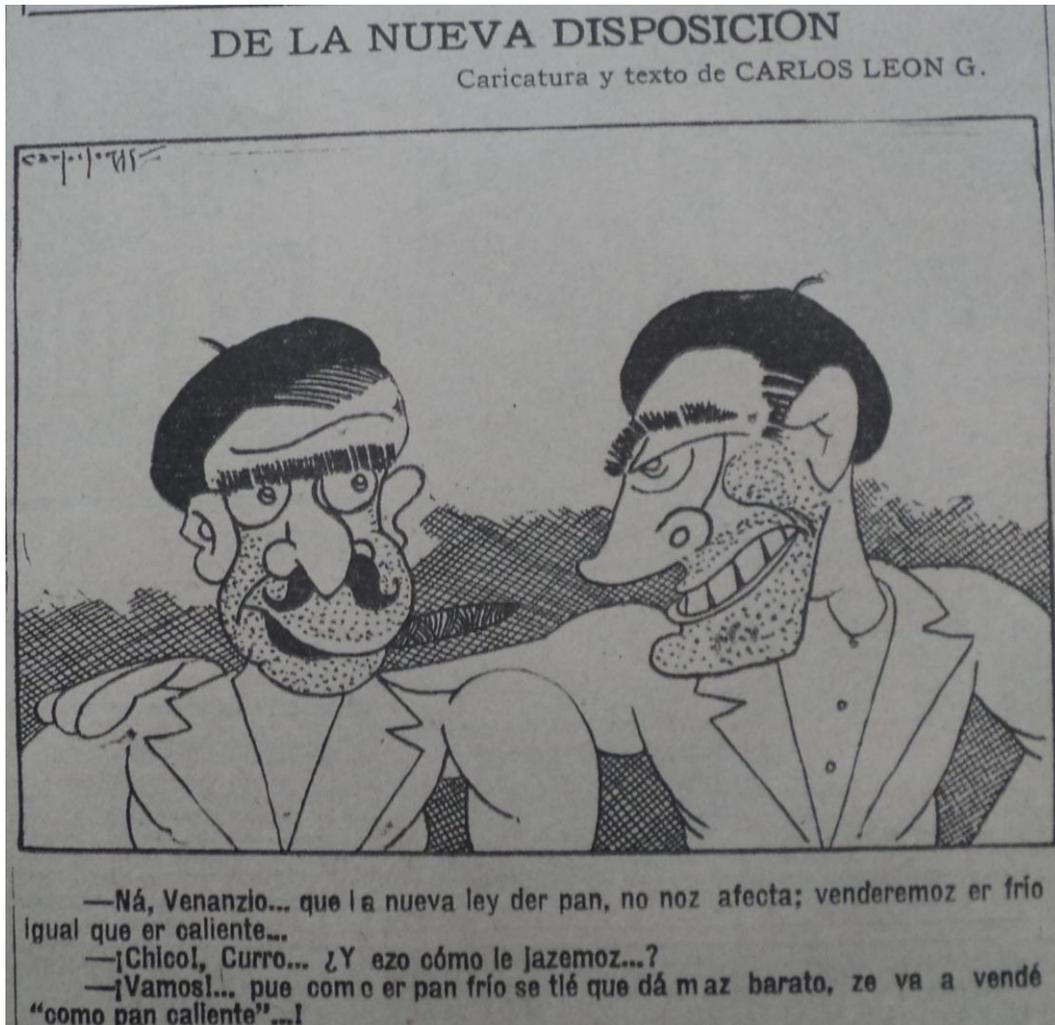


Imagen 3.3

Carlos León G., "De la nueva disposición", *El Universal*, 17 de octubre 1931, 1ª sección, p. 5.

De nuestros **CONCURSANTES**

Caricatura y Texto de ROBERTO GOMEZ A.

"FOLKLORICO"



—Oh, nosotros querramos conseguir cosas típicamente mexicanas, ¿dónde poder conseguir las?
—Ah que mister, pos nomás en cualquiera de esas casas americanas que se llaman Mexican Curios.....!

Imagen 3.4

Roberto Gómez A., "Folklórico", *El Universal*, 14 de marzo 1931, 1ª sección, p. 5.

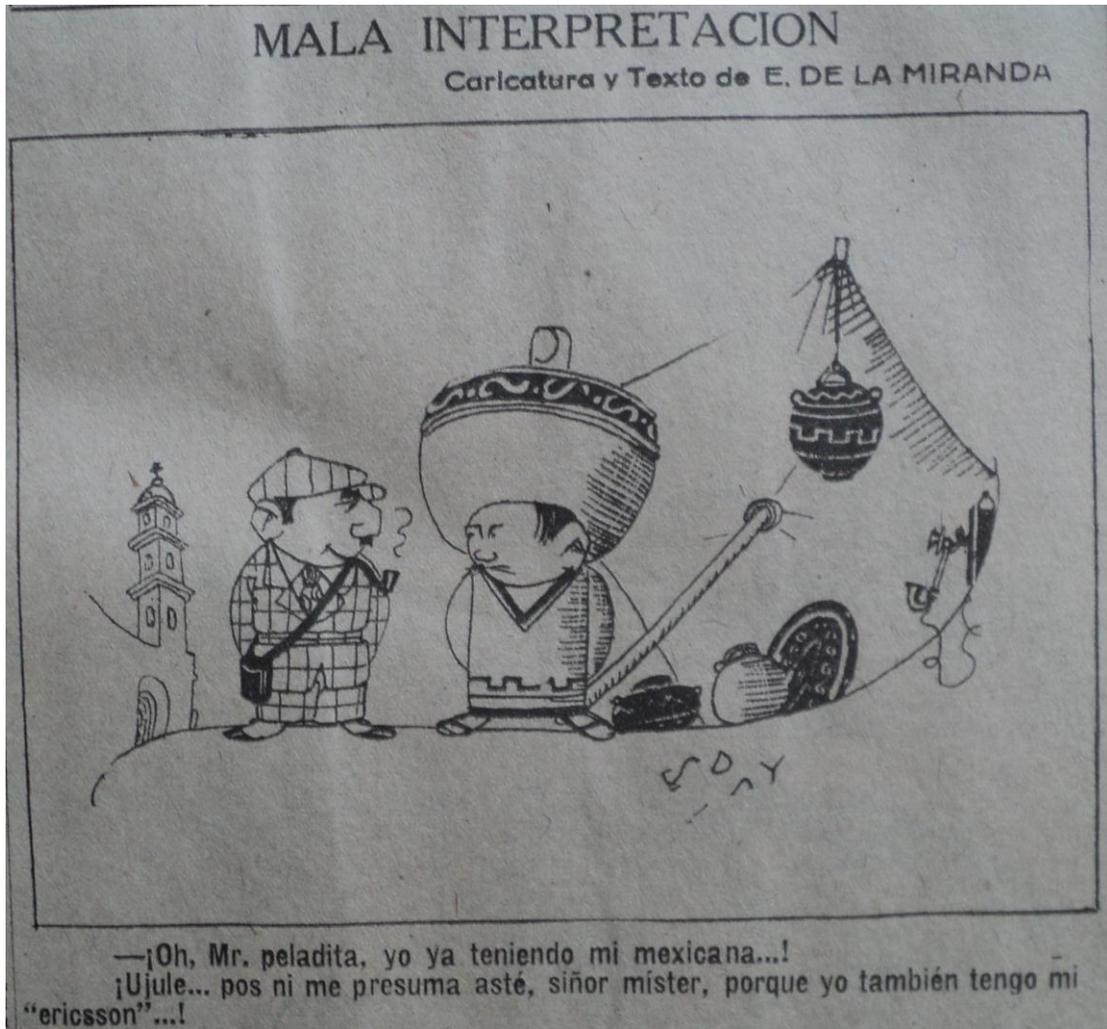


Imagen 3.5
Eduardo de la Miranda "Eddy", "Mala interpretación", *El Universal*, 17 de febrero 1932, 1ª sección, p. 5.

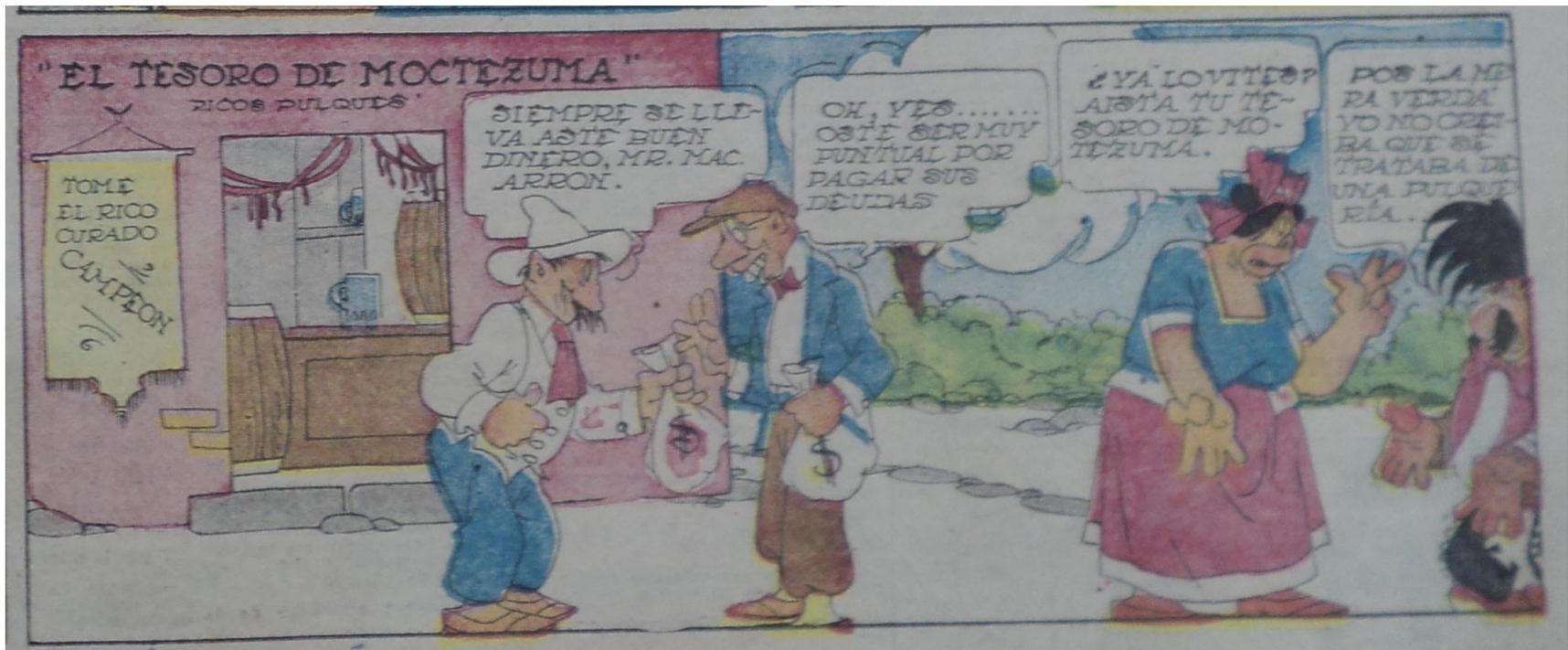


Imagen 3.6
Jesús Acosta "Dux" y Hugo Tilghman "Foxi", *Mamerto y sus conocencias*,
detalle, *El Universal*, 31 de mayo 1931, 4ª sección, p. 1.

De nuestros **CONCURSANTES**

Caricatura y Texto de Antonio León

ENTRE ANTROPOFAGOS



—Su majestá, ¡su esposa la Leina ha muelto!
—¿Sí? Pues que la guisen con todos los honores que merece.

Imagen 3.7

Antonio León, “Entre antropófagos”, *El Universal*, 12 de febrero 1929, 1ª sección, p. 5.

IDILIO EN CUBA



Ella.—¡Ay, chico! Tienes unos ojos que trastornan y un aliento embriagador.
El.—Pues por eso mismo me negaron la entrada a los Estados Unidos.

EDACCIÓN

Imagen 3.8
“Pudrón”, “Idilio en Cuba”, *El Universal*, 7 de noviembre 1926, 4ª sección, p. 3.



Imagen 3.9
Jesús Acosta “Dux” y “Brocha”, “Observación atinada”, *El Universal*, 14 de agosto 1926, 1ª
sección, p. 5.

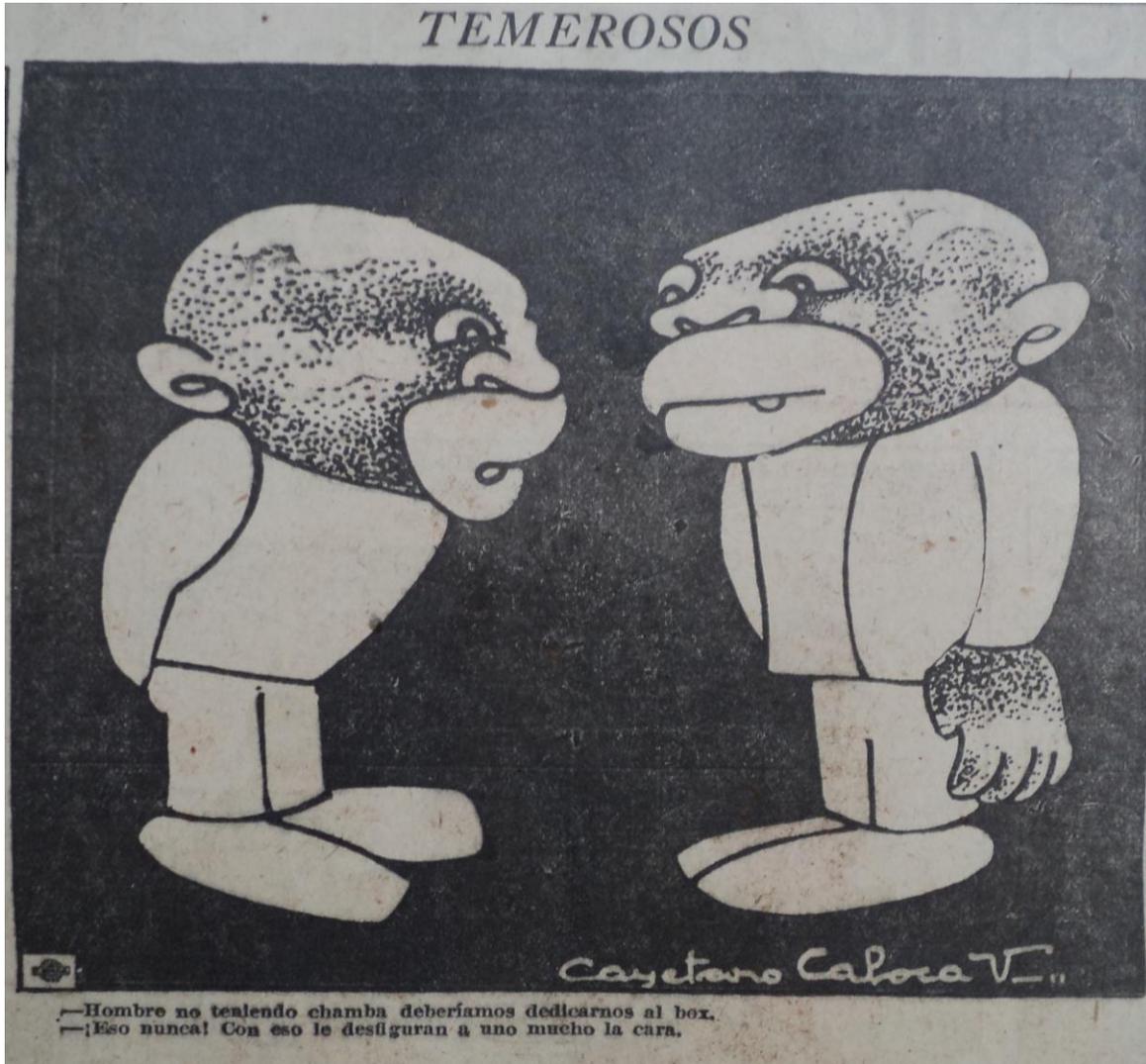


Imagen 3.10
Cayetano Caloca Valle, "Temerosos", *El Universal*, 6 de mayo 1928, 4^a sección, p. 3.



Imagen 3.11

Jesús Acosta "Dux" y Hugo Tilghman "Foxi", *Mamerto y sus conocencias*, detalle, *El Universal*, 26 de febrero 1928, 4ª sección, p. 1.



Imagen 3.12
 Carlos Fernández Benedito "Hipólito Zendejas" y
 Andrés Audiffred, Sr. Pestaña, detalle, *El Universal*,
 18 de septiembre 1927, 4ª sección, p. 4.

Extranjeros de tinta y papel: españoles, estadounidenses y negros

Además del charro, otro de los temas favoritos de los historietistas y caricaturistas de *El Universal* fueron los extranjeros. Se recurrió a estereotipos fácilmente reconocibles que podían ser utilizados una y otra vez en los chistes del periódico. Acorde con su naturaleza, estos estereotipos guardaban una relación inexacta con el grupo que intentaban representar y en ocasiones incluían a individuos que tenían diversos orígenes bajo una sola etiqueta. Así bajo la figura del “negro” se agrupó a cubanos, estadounidenses y africanos que compartían un mismo color de piel y bajo denominaciones como “abonero”, “árabe” o “turco” se incluyó a todo comerciante proveniente del Medio Oriente, e inclusive a algunos provenientes de Europa Oriental. Los estereotipos pasaron a ser parte fundamental de cómo se percibía a los extranjeros. Esto explica en buena medida porqué se les dibujaba continuamente de una misma manera. Se les percibía y se les volvía a representar bajo la impronta de imaginarios forjados de antemano y eventualmente estos estereotipos se convirtieron en guías para relacionarse con ellos.

Los estereotipos de los extranjeros fueron construidas alrededor de cuatro ejes: su representación gráfica, su forma de hablar, sus oficios, y las prácticas y valores con los que se les identificaba. Probablemente la caracterización gráfica era uno de los aspectos centrales de estas representaciones, pues sintetizaba visualmente algunas de las concepciones sobre cada grupo, además de que la reiteración de ciertos rasgos para cada nacionalidad permitía que el lector reconociera inmediatamente la nacionalidad de un personaje. En el caso de los españoles éstos aparecían comúnmente retratados con boina, bigote y la sombra de una incipiente barba (**Imágenes 3.1, 3.2 y 3.3**). Alguno de estos rasgos podían estar ausente en algunos casos, pero invariablemente formaron parte de la representación de los nacidos en España, indicando el origen de los personajes a través de sus rasgos e indumentaria. Los estadounidenses, en cambio, solían aparecer con como turistas: ropa de paseo estilada en los Estados Unidos, así como un estuche de una cámara fotográfica (**Imágenes 3.4, 3.5 y 3.6**).⁴

Un caso que merece ser tratado aparte es el de los negros, ya que en ellos se superponían notoriamente lo racial y la nacionalidad. Aunque en ocasiones aparecían en las

⁴ Sobre la proliferación del turismo estadounidense en México a partir de la década de los veinte *vid.* Montfort, “‘Down Mexico way’ ..., op. cit.

caricaturas negros claramente identificados como cubanos (**Imagen 3.8**) o estadounidenses, la mayoría de los chistes gráficos con personajes de tez negra hacían referencia a ellos como practicantes del canibalismo en algún lejano paraje africano (**Imagen 3.7 y 3.12**). Lo que unía a todas las representaciones del negro no era una procedencia específica sino el color de la piel. Las bromas de las que eran objeto no se basaban en una pertenencia nacional sino en su adscripción racial que poseía ciertos valores morales y estéticos. En este sentido es notable la recurrencia de las bromas sobre la fealdad física que parecía acompañar al ser negro (**Imágenes 3.9 y 3.10**).

Las caricaturas de los negros reproducían un estereotipo físico independientemente del tema que abordaran, exagerando sus rasgos, representándolos con labios prominentes y una simplicidad en sus expresiones que remarcaba el carácter primitivo que se le adjudicaba a esa población.⁵ Si bien los prejuicios raciales contra la población negra se remontaban siglos atrás, los caricaturistas mexicanos se nutrieron particularmente de la tradición estadounidense de representación del negro, la cual para finales del siglo XIX y principios del XX incluía su aparición como personaje cómico en diversos medios artísticos y comerciales, siempre conservando rasgos como el primitivismo y la falta de inteligencia.⁶ La influencia de esta tradición en los dibujantes mexicanos provino principalmente de la aparición de personajes afroamericanos o africanos en la publicidad de productos estadounidenses y en las historietas importadas por los diarios nacionales.⁷

A cada grupo de extranjeros correspondía también una forma particular de expresarse, la cual era recalcada en los diálogos al marcar por escrito su acento y defectos de pronunciación al hablar español. Cuando un español hablaba se ponía hincapié en su

⁵ La población negra fue objeto de una serie de prejuicios y discriminaciones en México desde distintas disciplinas científicas hasta el caso que nos ocupa, la cultura popular. Para ver un acercamiento desde el ámbito de la política migratoria a los prejuicios contra los negros *vid.* Saade Granados, Marta, “Una raza prohibida: afroestadounidenses en México”, en Yankelevich *Nación y extranjería...*, *op. cit.*, p. 231-276.

⁶ Joseph Boskin, *Sambo. The Rise and demise of an American jester*, Tennessee, Oxford University Press, 2010.

⁷ Una revisión de la representación de los afroamericanos dentro de la publicidad estadounidense durante el siglo XIX y XX puede encontrarse en William M. O’Barr, *Culture and the ad. Exploring otherness in the world of advertising*, San Francisco, Westview Press, 1994, p. 107-156. Sobre la representación de los negros dentro de la historieta estadounidense ver Gordon, *op. cit.*, p. 59-79 y Robert Fiore, “Affectionate, sympathetic and completely racist. Another go-round with racial caricature”, en *The comics journal*, n. 301, 2011, p. 501-511. Una revisión de la representación del negro en las historietas brasileñas, donde la figura tuvo dimensiones totalmente diferentes al caso mexicano, se puede consultar en Noboyushi Chinen, “A presença do negro nos quadrinhos latino-americanos: uma breve história. O caso do Brasil”, ponencia presentada en *Primer Congreso Internacional de Historietas. Viñetas Serias*, Buenos Aires, Argentina, 2010, 15 p.

propensión al seseo, así como su léxico aderezado con expresiones propias de España (**Imágenes 3.2 y 3.3**). Los estadounidenses, en cambio, se expresaban en un español defectuoso que tendía a castellanizar palabras inglesas, dando como resultado palabras como “mecsicanas”, mezcla de mexicanas y la pronunciación de *mexican*, además de que manifestaban una tendencia a no conjugar los verbos y a equivocarse en las concordancias de género y número (**Imágenes 3.4 y 3.5**).

La imitación de la forma en la que hablan los negros resultó mucho más problemática a los humoristas. Algunas veces los caracterizaban hablando con acento cubano a pesar de que el personaje fuese estadounidense: “¿Pero como queré, viejito lindo, si e para mujeres solamente?” (**Imagen 3.11**). En otras ocasiones aparecían hablando con un marcado intercambiando “r” por “l”, defecto característico entre los hablantes chinos del castellano: “Su majestá. ¡su esposa la Leina ha muelto!” (**Imagen 3.7**). Los caricaturistas incluso creaban dialectos para tribus africanas imaginarias que tenían reminiscencias al náhuatl, asignándoles un defecto de pronunciación propio al hablar español: “Puex aquí todos hablal expañol. Nox lo enxeño mixionelo español que nox comimos en xu tinta; después enxeñalnox.” (**Imagen 3.12**).

Max Eastman, autor de *Enjoyment of laughter*, un estudio sobre el humor escrito en 1936, hacía la siguiente afirmación sobre el uso de la distorsión del lenguaje con fines humorísticos.

Es comúnmente asumido que cuando sonreímos ante un mal uso del lenguaje, lo que nos divierte es la ignorancia, o ignorancia fingida, del personaje que lo utiliza. El hecho es que las distorsiones en nuestra habla son graciosas por sí mismas cuando son hechas factiblemente, y la función del personaje ignorante es permitir que sean factibles.⁸

La recurrencia de los humoristas a utilizar personajes extranjeros se explica en buena medida por esta razón. Los equívocos y malentendidos que permitía el uso de personajes que no dominaran el español eran un campo fértil para explorar todo tipo de situaciones cómicas, además del humor inherente a la exploración lúdica del lenguaje. A pesar de que según Eastman el motivo principal de estas bromas no era la ignorancia del personaje que hablaba mal, es importante que en ellas se establecía un nexo directo entre la

⁸ Max Eastman, *Enjoyment of laughter*, Nueva York, Simon and Schuster, 1936, p. 132.

condición de extranjeros y la ignorancia. Por otro lado, el registro de defectos específicos de pronunciación también se debía a un extrañamiento ante el trato cotidiano con extranjeros cuya forma de hablar no respondía a la forma reconocida como “natural” por los mexicanos. La imitación de acentos extranjeros como parte del repertorio del humorismo estaba presente en otros medios como el teatro de carpa, donde aparecieron cómicos que crearon personajes imitando a chinos o turcos.⁹

Los estereotipos de extranjeros también estaban ligados en muchas ocasiones a ciertos oficios u ocupaciones. En el caso de los españoles destaca su identificación con el comercio.¹⁰ En el caso de la **imagen 3.2**, por ejemplo, uno de los personajes aparece con delantal y detrás del mostrador de la tienda; mientras que en la **imagen 3.3** por el diálogo entre los personajes se intuye que ambos son panaderos. Los estadounidenses, por su parte, fueron casi siempre retratados como turistas, buscando obtener una fotografía de carácter folklórico, adquirir una artesanía o conocer algún paraje exótico del país. Con menor frecuencia este último grupo también apareció representado por hombres de negocios en busca de oportunidades (**Imagen 3.6**).

Además de ser dibujados como caníbales, los negros aparecieron en puestos de servicio como sirvientes y personal de tiendas. También personificaron en repetidas ocasiones a boxeadores, debido a la fama que adquirieron los pugilistas de color en los Estados Unidos. Un ejemplo de esto apareció en un episodio de *Mamerto y sus conocencias* donde el personaje principal contrataba a un boxeador profesional para combatir con su esposa (**Imagen 3.11**). Es de notar que el personaje llevaba el nombre de “Kid Tizne” para resaltar su color, y cuando estaba entrenando en el gimnasio lo hacía encadenado al suelo del inmueble.

El que estos grupos aparecieran relacionados con oficios específicos nos habla de la existencia de espacios privilegiados de interacción cotidiana con la población extranjera. El comercio fue en particular uno de estos espacios, pues no sólo definió el estereotipo que se

⁹ “Los creadores del teatro en Mérida son los hermanos Herrera, la familia Herrera, desde don Héctor que hacía al principio el papel de turco. Allá era “El Turco Herrera”. [...] Antes había llegado aquí el Chino Arjona que se había presentado con el Cuatazón Beristáin en el teatro María Guerrero y tenía mucho éxito como chino. El Chino Herrera empezó a crear aquí a su chino. Llegó a tener mucho éxito, pero él ya lo traía en la sangre. Su padre don Héctor empezó haciendo el turco, que después le vimos aquí a Joaquín Pardavé durante muchos años [...]” Testimonio de Gloria Alicia y Miguel Inclán, en Merlín, *op. cit.*, p. 127.

¹⁰ Según cálculos de Clara Lida aproximadamente 41% de los españoles en México entre 1926-1936 estaban dedicados al comercio en sus diversos niveles. Clara E. Lida, *Inmigración y exilio. Reflexiones sobre el caso español*, México, Siglo XXI/Colmex, 1997, p. 60-61.

tenía de los españoles sino también lo hizo con los inmigrantes chinos y de Medio Oriente. Los encuentros en espacios muy acotados acabaron por definir la imagen de comunidades extranjeras que podían ser muy diversas, limitando la percepción social que se tenía de ellas a partir de la relación con algunos individuos de este origen dentro de esferas como la comercial.

Las representaciones de los extranjeros también se relacionaron con actitudes y valores morales. Los tres ejemplos que hemos mostrado hasta ahora de representaciones de españoles tienen el común denominador de hacer chistes sobre una alegada avaricia de los comerciantes de esta nacionalidad, eran acusados de dar medidas alteradas de sus productos, mantener precios altos y ser tan avaros que consideraban la pérdida de un peso como un gran gasto (**Imágenes 3.1, 3.2 y 3.3**).¹¹ Los estadounidenses además de aparecer permanentemente ligados al turismo y a la curiosidad por lo mexicano, se relacionaban con asuntos financieros como préstamos, compras e inversiones, lo cual correspondía con la importancia que había ganado la inversión estadounidense en el país durante las últimas décadas (**Imagen 3.6**). Aunque la falta de dominio del español que tenían estos últimos inmigrantes los hacía constantemente aparecer torpes e incluso meterse en algunos enredos, es de notarse que no eran vilipendiados en la misma forma que los extranjeros de otras nacionalidades que sufrían el mismo desconocimiento del idioma y del país. Por su parte, los negros en algunas ocasiones aparecían como simples espectadores de las burlas de las que eran objeto; pero sobre todo encarnaban constantemente el salvajismo.

Joseph Boskin y Joseph Dorinson han destacado que en los Estados Unidos el humor étnico tuvo dos funciones: expresar el conflicto con ciertos grupos que se consideraban indeseables como los trabajadores inmigrantes, y reforzar el control sobre otros como las poblaciones negras.¹² En el caso de México este tipo de humor de manera

¹¹ Los españoles habían sido objeto de acusaciones similares desde el siglo XIX debido a su preeminencia en actividades comerciales *vid.* Tomás Pérez Vejo, “La conspiración gachupina en El Hijo del Ahuizote”, en *Historia mexicana*, v. LIV, n. 4, 2005. Esta imagen coincide también con el estereotipo del “gachupín”, que Alicia Gil Lázaro ha rastreado en panfletos y literatura anti-española. La misma autora rastrea una imagen opuesta a esta sobre los españoles, “el hidalgo”, el buen inmigrante español, figura ausente en el humorismo gráfico. Alicia Gil Lázaro, “¿Hidalgo o gachupín? Imágenes en torno al inmigrante español en el México Revolucionario”, en Agustín Sánchez Andrés, Tomás Pérez Vejo y Marco Antonio Landavazo (coords.), *Imágenes e imaginarios sobre España en México. Siglos XIX y XX*, México, Porrúa/IIH-Universidad Michoacán de San Nicolás de Hidalgo/CONACYT, 2007, p. 367-399.

¹² Joseph Boskin y Joseph Dorinson, “Ethnic Humor: Subversion and survival”, en *American Quarterly*, v. 37, n. 1, primavera, 1985.

similar sirvió para reforzar los sentimientos de superioridad racial de los mexicanos y expresar la resistencia a la incorporación de grupos que se consideraban racialmente diferentes. Las bromas sobre los extranjeros subrayaban el hecho de que la población de este origen no pertenecía al país, no importaba si el objetivo de la burla era una migración de paso como era el caso de los turistas estadounidenses, o una población que tenía un largo arraigo como eran los españoles. Aunque no fuera el objetivo central de estas caricaturas, en cada una se refrendaba que los distintos grupos de extranjeros eran intrínsecamente diferentes al mexicano, y se establecía que esto era motivo de burla.

Aunque casi todas las caricaturas revisadas reivindicaban la superioridad del mexicano frente a cualquier extranjero, en cada una esta superioridad era distinta y se definía por la relación específica que se tenía con cada grupo. Los españoles, que habían sido señalados por ciertos sectores desde la independencia como uno de los males que aquejaba al país, eran identificados con el comercio y las caricaturas, y eran blanco de los ataques de los caricaturistas en una venganza simbólica de los alegados abusos contra sus clientes mexicanos. Los estadounidenses, que en la arena política eran denunciados como los nuevos responsables de muchos de los problemas del país, no aparecían aquí retratados en este sentido. *El Universal* era un periódico moderno que tenía como modelo los periódicos de Estados Unidos y que había sido crítico del conflicto diplomático que había mantenido el Estado mexicano con su vecino del norte durante buena parte de la década de los veinte. Los estadounidenses aparecieron más frecuentemente en el humor del diario no en su encarnación más polémica de empresarios sino en la mucho más inofensiva del turista, que había inundado las calles del país y que se movía en ella con una torpeza que contrastaba con el poderío internacional de su nación. Los negros en cambio eran una representación de la otredad que podía llenarse con cualquier contenido, en ellos puede verse con claridad el mecanismo más básico de burla del “otro”. No se tenía muy claro quién era el negro, ni cuáles eran las diferencias que tenía con el mexicano, pero el que tuviera un color de piel distinto bastaba para que se convirtiera en objeto de la burla. En la gran mayoría de los casos las características que se le atribuían eran resultado de los más descabellados inventos y no guardaban ninguna relación con experiencias que los caricaturistas hubieran tenido con individuos de este color de piel.

Chinos: El racismo militante y el humor racista

Una de las nacionalidades que apareció con más frecuencia en las caricaturas e historietas de *El Universal* fue la china, la cual probablemente era una de las representaciones más explícitamente racistas del periódico, y estaba enmarcada en una compleja red de prejuicios que se extendía por todos los estratos de la sociedad. Los inmigrantes chinos fueron probablemente una de las poblaciones más estigmatizadas como extranjeros indeseables, así como una de las víctimas más frecuentes de acciones racistas y xenófobas, llegando a extremos como persecuciones y asesinatos.

A partir de la última década del siglo XIX la población de origen chino en México comenzó a aumentar sustancialmente.¹³ La migración china al continente americano había estado dirigida principalmente a los Estados Unidos, pero la oposición en su contra surgida en diversos círculos provocó que en 1882 se prohibiera su entrada a ese país. A partir de estas medidas México se convirtió en un atractivo destino secundario porque posibilitaba una futura entrada ilegal al vecino país del norte a través de su extensa frontera; pero también porque el gobierno de Porfirio Díaz promovió la llegada de inmigrantes de este origen como mano de obra.¹⁴ No pasó mucho tiempo antes de que surgiera en México una reacción contra la inmigración china análoga a la estadounidense, surgiendo voces en contra incluso desde los primeros proyectos para atraer a esta inmigración. Durante los años de la revolución la oposición contra la creciente población china derivó en numerosos episodios de violencia, siendo el más atroz la matanza de Torreón en 1911, donde perdieron la vida más de 300 chinos.¹⁵

En la zona norte y occidente del país, donde era mayor la presencia de esta población, surgió un movimiento cuyos orígenes se pueden rastrear hasta 1916 cuando José María Arana fundó una de las primeras organizaciones que buscaban combatir a los comerciantes chinos. A lo largo de la década de los veinte comenzaron a proliferar distintas

¹³ En 1895 había alrededor de mil chinos en México y para 1926 la cifra había aumentado a más de 24 mil, concentrados especialmente en los estados norte del país. Robert Chao Romero, *The Chinese in Mexico, 1882-1940*, Tucson, Arizona, The University of Arizona Press, 2010, p. 56.

¹⁴ Para una historia de la migración china a México *vid. Ibid.* y Roberto Ham Chande, “La migración china hacia México a través del registro nacional de extranjeros”, en María Elena Ota Mishima, *Destino México. Un estudio de las migraciones asiáticas a México, siglos XIX y XX*, México, Colmex, 1997, p. 167-188.

¹⁵ Chao, *op. cit.*, p. 148-155. Para un recuento de la violencia revolucionaria contra los chinos *vid.*, Javier Treviño Rangel, “Los hijos el cielo en el infierno: un reporte sobre el racismo hacia las comunidades chinas en México, 1880-1930”, en *Foro Internacional*, v. XLV, n. 3, 2005.

agrupaciones —ligas, clubes y juntas— con programas antichinos que incluía como objetivo el combate a la presencia de esta inmigración. Los argumentos esgrimidos por este movimiento eran que los comerciantes chinos practicaban una competencia desleal contra sus pares mexicanos, además de que tenían prácticas dañinas para la economía nacional y la salud pública; por otro lado, también se sostuvo que era necesaria la defensa de la raza mexicana evitando que se mezclara con la china y denunciando la contaminación moral que provocaban por su propensión a los vicios.¹⁶ El llamado movimiento antichino buscó denunciar ante las autoridades y concientizar a la población de los diversos males de los que eran responsables los chinos, y para esto se sirvió de periódicos, marchas, mítines y campañas informativas, acciones que fueron especialmente álgidas entre 1928 y 1934.

Este movimiento estuvo integrado principalmente por comerciantes, pero también sedujo a parte de las clases populares y enroló en sus filas a numerosos políticos, los cuales además se valieron del movimiento para sus propios fines. A través de una constante actividad, las organizaciones antichinas lograron promover leyes locales y federales acordes con sus planteamientos, llegándose al extremo de la expulsión de los chinos del estado de Sonora en 1931; además de acosarlos constantemente con acciones legales y actos violentos. Tal fue el éxito del movimiento que logró desplazar del norte del país a parte de la inmigración china, ya fuera obligándola a refugiarse en estados donde el movimiento no tuviera una gran influencia política, huir a los Estados Unidos o inclusive a regresar a su tierra natal, debido al miedo a la campaña en su contra y a la posibilidad de ser expulsados del país por el gobierno federal.

Aunque buena parte de las explicaciones del movimiento contra los chinos ha puesto especial énfasis en las motivaciones económicas del mismo —la competencia que representaban para los comerciantes mexicanos y la ocupación de puestos laborales que podían haber sido para trabajadores— no cabe duda que, como ha insistido Javier Treviño Rangel, había un importante componente racial en él.¹⁷ El movimiento antichino sostuvo que los chinos eran una raza degenerada física y moralmente, que padecía numerosas enfermedades, vicios como el consumo de drogas y el juego; y que sólo venían a

¹⁶ Una descripción más a fondo del movimiento antichino y su programa puede encontrarse en Gómez Izquierdo, *op. cit.* y Chao, *op. cit.*, p.156-175.

¹⁷ Treviño, “Los hijos del infierno...”, *op. cit.* y “Racismo y nación: comunidades imaginadas en México”, en *Estudios sociológicos*, v. XXVI, n. 3, septiembre-diciembre, 2008.

aprovecharse de la bondad del pueblo mexicano que erróneamente los había recibido con los brazos abiertos.

Este discurso no sólo se manifestó de manera escrita sino que también se expresó en la producción de degradantes representaciones de los chinos. En particular un grupo de imágenes del movimiento antichino han sobrevivido hasta nuestros días y han sido utilizadas recurrentemente por los estudiosos para acercarse al racismo contra las poblaciones chinas. El sonorese José Ángel Espinoza fue un ferviente militante del antichinismo que sintetizó el programa del movimiento en dos libros: *El problema chino en México* (1931) y *El ejemplo de sonora* (1932).¹⁸ Ambas eran obras de propaganda que pretendían servir para promover la organización contra la inmigración china;¹⁹ y aunque el primero era un pequeño volumen, el segundo era un amplio trabajo que incluía la publicación de distintos documentos, mapas, fotografías, y además contenía una imagen a color, 33 imágenes en blanco y negro, más las ilustraciones de la portada y la contraportada.²⁰

Solo tres de las imágenes no estaban dedicadas a la denigración de los chinos, aquellas donde aparecían los líderes del movimiento y sus integrantes, las cuales sobresalían por un marcado estilo naturalista que buscaba representar de manera heroica a los retratados. En el resto de ellas se exploraban casi todos los prejuicios que pesaban sobre los chinos: su inferioridad física y moral; su propensión a la tortura y distintos tipos de violencia; su ingreso ilegal al país por medios subrepticios; su relación con el consumo y venta de estupefacientes; las insalubres condiciones en las que solían habitar y preparar alimentos; las numerosas enfermedades que padecían; y el maltrato al que sometían a las mujeres mexicanas con las que contraían matrimonio.²¹

A pesar de que estas ilustraciones han sido reproducidas en numerosas obras sobre la inmigración china y sobre el movimiento antichino poco se ha dicho de ellas. Aunque las imágenes guardaban una gran similitud con la caricatura antichina realizada en Estados Unidos una serie de leyendas en ellas en español, así como otros detalles, apuntan a que son

¹⁸ Sobre Espinoza y su obra *vid.*, Gómez Izquierdo, *op. cit.*, p. 135 y *passím* y Chao, *op. cit.*

¹⁹ *El problema chino en México* incluía no sólo un programa de acción sino un modelo de organización y de estatutos que pretendía ser utilizado para la organización de nuevas ligas antichinas. José Ángel Espinoza, *El problema chino en México*, México, s.p.i., 1931.

²⁰ José Ángel Espinoza, *El ejemplo de Sonora*, s.p.i, México, 1932.

²¹ Varias de ellas están reproducidas en González Izquierdo, *op. cit.*, y Chao, *op. cit.*

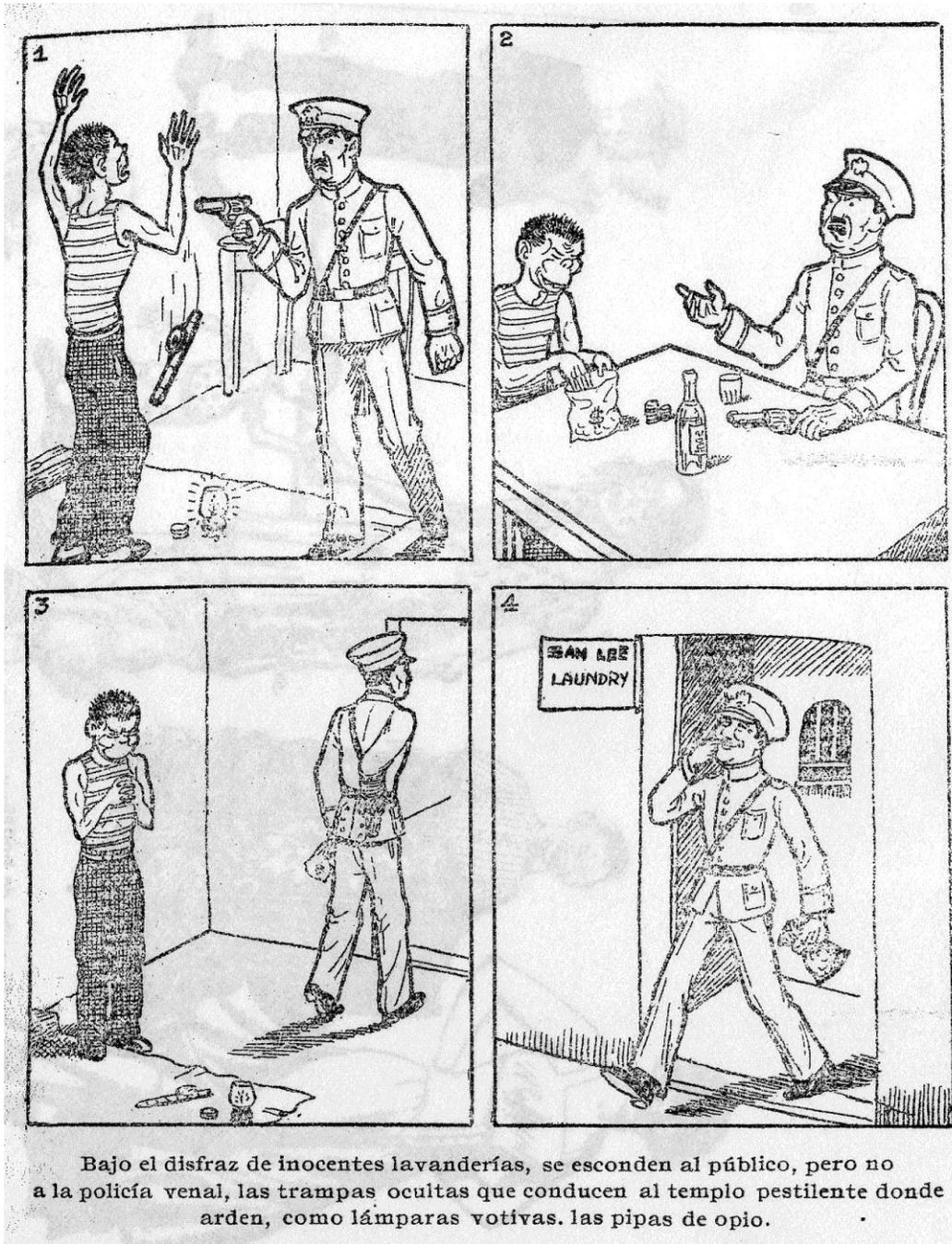
de manufactura nacional. Varios indicios sugieren que todas las imágenes fueron comisionadas específicamente para la obra a un solo autor: aun cuando el estilo varía entre ellas, todas guardan una similitud notable entre sus trazos; la única fechada y firmada señala que fue hecha en 1932, año de publicación del libro; las caricaturas ilustraban ideas específicas de la obra cada cierto número de páginas; la ausencia de firmas en la mayoría de ellas sugiere que fueron realizadas por encargo, lo cual también apunta el hecho de que el mismo dibujante realizó la portada y contraportada de la obra. Estas imágenes forman parte de la propaganda del movimiento antichino y no eran parte de la cultura popular, ni de la gráfica humorística.²²

Todas las imágenes tenían un claro mensaje antichino. Por ejemplo, en la **imagen 3.13** a través de una pequeña historieta se ilustraba la relación de las lavanderías chinas con el opio y cómo se corrompía a los agentes de la ley para mantener el tráfico de estupefacientes. En la historieta un policía irrumpía en un fumadero de opio, a continuación se le mostraba reprimiendo a un chino mientras éste buscaba en una bolsa dinero probablemente para sobornar al oficial. En la siguiente viñeta el representante de la ley aparecía con el soborno en mano dejando atrás un agradecido chino con su pipa de opio, y en la última imagen el policía dejaba el edificio, que resultaba ser la lavandería “Sam Lee”, mientras parecía estar consumiendo algún tipo de droga inhalante. La imagen se acompañaba al pie con la leyenda: “Bajo el disfraz de inocentes lavanderías, se esconden al público, pero no a la policía venal, las trampas ocultas que conducen al templo pestilente donde arden, como lámparas votivas, las pipas de opio.”²³ Todas las ilustraciones eran acompañadas con pies similares.

Las imágenes pretendían reforzar los argumentos del libro de Espinoza y para ello se valían por lo menos de tres estrategias complementarias. La primera era mostrar las acciones de los chinos, como en la **imagen 3.15** donde aparece una “choricería” china donde los carniceros orientales lanzan animales (perros, gatos y aves) al moledor de carne. La segunda era la misma caracterización física de los personajes, la cual pretendía reflejar sus valores morales, así como sus condiciones físicas y salud. En todas las imágenes las

²² *cf. Ibid.*, p. 76-93. Robert Chao analiza las imágenes que hacen referencia al matrimonio entre chinos y mexicanas como parte del imaginario popular sobre el tema, cuando más bien fueron realizadas para ilustrar las ideas del movimiento antichino.

²³ Espinoza, *El ejemplo...*, *op. cit.*, p. 39.



Bajo el disfraz de inocentes lavanderías, se esconden al público, pero no a la policía venal, las trampas ocultas que conducen al templo pestilente donde arden, como lámparas votivas, las pipas de opio.

Imagen 3.13
Autor desconocido, en José Ángel Espinoza, *El ejemplo de Sonora*, México, s.p.i., 1932, p. 39.

La Mestización



Mestizo indolatino de
12 años.



Producto de la mezcla chino-
mexicana de 14 años.

Imagen 3.14
Autor desconocido, "La mestización", en José Ángel Espinoza, *El ejemplo de Sonora*, México, s.p.i., 1932, p. 56.

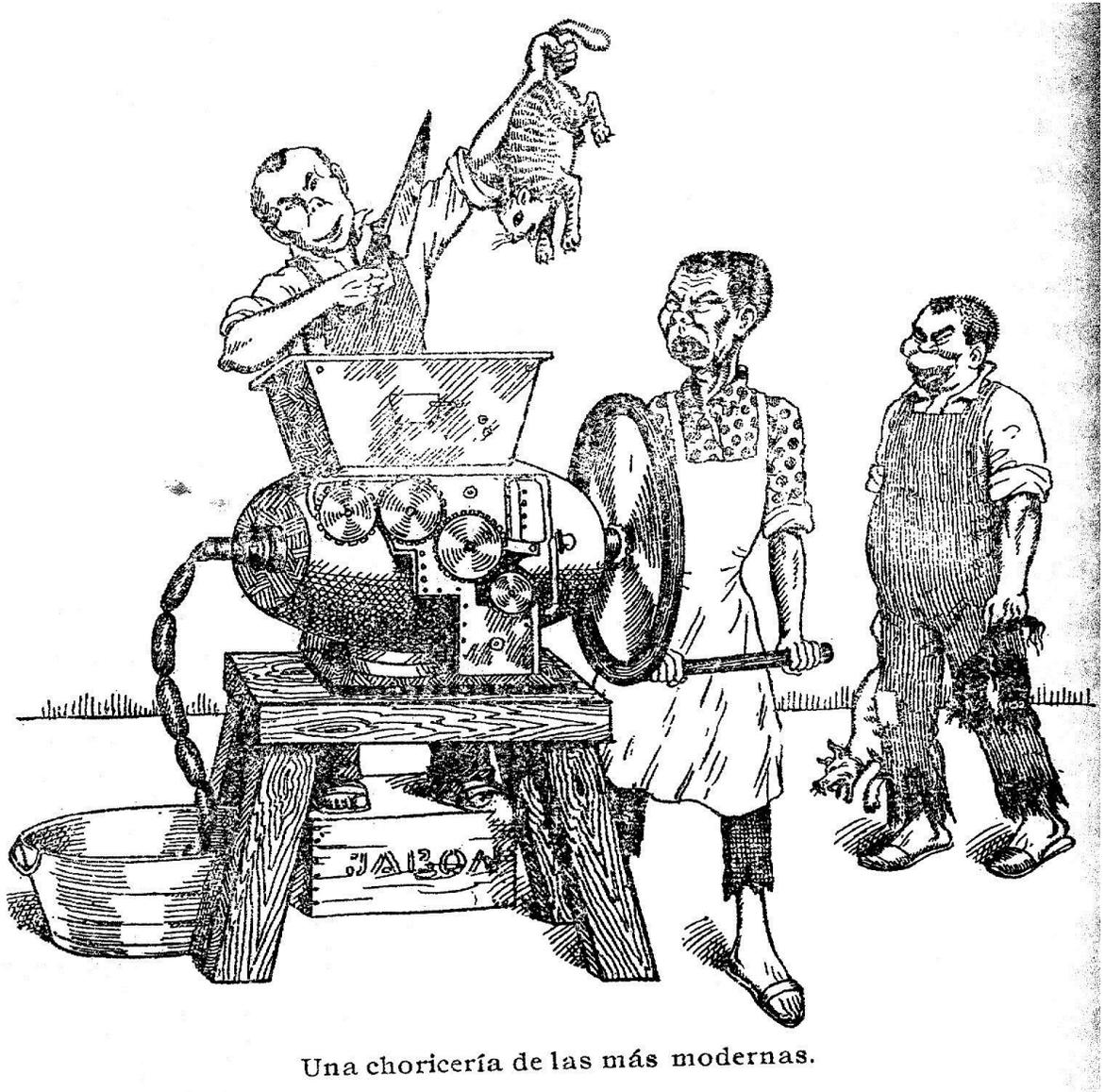


Imagen 3.15
Autor desconocido, en José Ángel Espinoza, *El ejemplo de Sonora*, México, s.p.i., 1932, p. 64.



El embajador de la milenaria China siembra agonías y padecimientos en la joven América que, como Cristo, abre sus brazos a las emigraciones de todo el mundo

Imagen 3.16

Autor desconocido, en José Ángel Espinoza, *El ejemplo de Sonora*, México, s.p.i., 1932, p. 111.

expresiones de los chinos tienen una mueca sombría, mientras que su delgadez y baja estatura pretende reflejar su mala salud, llegando a excesos como el mostrado en la **imagen 3.15**. La última estrategia era el contraste con personajes mexicanos, cómo en la **imagen 3.14**, donde se presenta una comparación entre un mestizo mexicano y el resultado de un enlace entre un mexicano y un individuo de raza china. La imagen exponía gráficamente la idea sostenida por el movimiento antichino de que la mezcla racial sería perjudicial para los mexicanos, y para demostrar su punto mostraba un chino-mexicano enclenque y de baja estatura comparado con un fornido mestizo de “indio y latino”, que a pesar de ser menor en edad sobrepasaba en altura al desafortunado producto de la otra unión.

Las caricaturas del libro de Espinoza se encontraban en la parte más radical del espectro de la representación de los chinos. En ellas se realizaba el escarnio violento de esta figura como parte de un programa político que buscaba expulsar a la población china del país. La representación del chino estaba acorde con una concepción que ponía énfasis en su inferioridad e indeseabilidad, la cual no tenía ambages en expresarse de la forma más violenta posible. Además estas imágenes tenían un carácter propagandístico, ya que buscaban alertar y convencer al público de las posturas del movimiento. Otras representaciones de esta población podían compartir los mismos prejuicios que se expresaban en la propaganda antichina, pero también tenían algunas características que las diferenciaban de este discurso.

El racismo se expresaba de una forma ligeramente diferente en el humorismo publicado en las páginas de *El Universal*. A pesar de que los prejuicios y la violencia de las imágenes ya vistas no les eran ajenos, en las caricaturas e historietas de esta publicación aparecían mucho más matizados, funcionalizados alrededor del humor, y en algunas ocasiones incluso daban visos de una relación más allá del racismo y el desprecio que permiten ver las imágenes del libro de Espinoza. Aunque el diario no estaba encuadrado dentro del movimiento antichino su discurso no le era ajeno, y continuamente publicó editoriales y artículos de opinión contrarios a la inmigración de orientales. En 1927, por ejemplo, apareció un reportaje en su sección dominical sobre la vida de los chinos en México que incluía párrafos que no se distinguían demasiado de las opiniones de Espinoza.

Allí [en la cocina] es donde empiezan las tenebrosidades chinescas, allí surge el misterio aterrador y atrayente. Imaginamos una cocina estrecha y maloliente en donde

las cucarachas se multiplican surgiendo de los rincones húmedos; hacinamiento de vajillas; promiscuidad de alimentos [...] Allí [en la alcoba] es donde el chinito, todo encogido, reconcentrado también físicamente, descansa de las tareas diarias sumergido en largas meditaciones que subraya su largo silencio. Entre todo ello campean las ratas gordas, enormes, llenas de confianza por la tranquilidad en que se les deja. Pasa sobre los braseros, lo mismo que en la cama en que descansa el propio chino.²⁴

A pesar de la dureza del texto, las imágenes que lo acompañaban estaban más influidas por las ilustraciones exotizantes sobre los chinos que aparecían en algunos cuentos estadounidenses publicados en los suplementos dominicales de *El Universal* que por la tradición gráfica en las que se insertaban las imágenes del libro de Espinoza. Estas ilustraciones no se comprometían ni con las ideas antichinas y ni siquiera con las del autor del reportaje y en cambio reflejaban los prejuicios del dibujante (**Imagen 3.17**). Este dibujo, según el mismo texto al que acompañaba, había sido comisionado a *posteriori* debido a la incapacidad de obtener buenas fotografías durante la visita al barrio chino que había hecho el reportero. A diferencia de las imágenes del libro de Espinoza, donde era imposible pensar en la posibilidad de una representación no denigratoria del chino, en un diario como *El Universal* podían presentarse una variedad mayor de discursos sobre los chinos.



Imagen 3.17

Autor desconocido, en *Magazine dominical* de *El Universal*, 24 de julio 1927, p. 3.

²⁴ “Lo-ta-lío”, “Como viven los chinos en México”, en *Magazine dominical* de *El Universal*, 24 de julio 1927, p. 3.



Imagen 3.18

Jesús Acosta Collantes "Dux", "Chinada", en *El Universal*, 30 de septiembre 1928, 4ª sección p. 3.



Imagen 3.19
Manuel A. Montalvo "Nagulás", "En el restaurante chino", en *El Universal*, 20 de septiembre 1931, sección cómica, p. 3.

De nuestros **CONCURSANTES**

DE LA DEPORTACION DE LOS CHINOS



—Ya ves, mi cuate, pa que no andes tan hablador sin traer tu documentación pasaportia-
da migratoriamente, ya te condimentaron tu articulo treintaitresavo de perniciosidad extran-
jeril...

—Isi no tantialme a mi, porque yo lije en China que sel mexicano y lepoltalme aqui; ola
soy chinito y lepoltalme a mi tiela y yo viajal de gratis cómolamente...

Imagen 3.20
Carlos León G., "De la deportación de chinos", en *El Universal*, 17 de septiembre 1930, 1ª
sección, p. 5.

Los humoristas de *El Universal* muestran un ámbito distinto tanto de las imágenes del movimiento antichino como de la representación exótica del mismo. Las bromas realizadas por estos caricaturistas sobre los chinos tuvieron por lo menos cuatro ejes temáticos principales: su fealdad física, su mala pronunciación del español, las condiciones insalubres de su cocina y su condición de extranjeros indeseables. Estas líneas pueden identificarse en tres caricaturas que a manera de ejemplo pasaremos a describir a continuación. En la primera de ellas (**Imagen 3.18**) hay un mexicano interrogando a un chino sobre la fealdad de su novia. La broma gira en torno a la confusión entre las palabras “beldad” (belleza) y “veldad”, palabra producida por el intercambio de la letra “r” por la “l” en la palabra verdad. Mientras que el chino está encorvado, tiene una mandíbula prominente, dientes salidos y está ataviado con un pantalón corto, el otro se encuentra en una postura erguida y viste ropa elegante.

—Oye, chale, ¿es cierto que tienes una novia muy fea?

—Es veldad.

—Que va a ser beldad, si dicen que es horrible.

—Pol eso, es veldad que es holible.

El segundo cartón (**imagen 3.19**) estaba situado en un restaurante chino, donde el que parecía ser el dueño del café o parte de su personal, le exigía a un músico ambulante que se retirara del establecimiento. Como en el caso anterior en esta caricatura se aprovechaba las confusiones causadas por los defectos de pronunciación de los inmigrantes chinos; pero además se combinaba con el señalamiento de que las condiciones higiénicas en los llamados cafés de chinos eran tan malas que servían carne de rata.

—¡Fuela! ¡Fuela! ¡Pela gallo, poque yo no queriendo que tú viene a da lata aquí!

—¿Quién, yo? ¡Si el que da “lata” aquí eres tú, chale! Si no, que lo digan los clientes.

En la tercera de las caricaturas (**Imagen 3.20**) encontramos de nuevo a un chino y un mexicano dialogando, esta vez sobre la reciente deportación de chinos del país. Esta era la caricatura que podía tener una interpretación más política de las tres pues se podía percibir una crítica a la ineffectividad de las políticas del combate a la inmigración y un señalamiento de cómo se aprovechan de ellas los mismos chinos para lograr sus objetivos.

—Ya ves, mi cuate, paque no andes tan hablador sin traer tu documentación pasaportada migratoriamente, ya te condimentaron tu artículo treintaitresavo de perniciosidad extranjeril...

—Isi no tantialme a mi, polque yo lije en China que sel mexicano y lepoltalme aquí; ola soy chinito y lepoltalme a mi tiela y yo viajal de glatis comolamente.

Un rasgo de la mayoría de las caricaturas es el contraste permanente entre un personaje chino y otro mexicano. En cada caricatura pareciese que el lector mexicano al que este humor estaba dirigido está representado en el personaje nacional presente en cada uno de los chistes gráficos. La presencia de un mexicano era la que podía desatar el equívoco del chino o permitir que la perspectiva local sobre los alegados defectos chinos los hiciera risibles. En este sentido el tema de todas estas caricaturas era en algún sentido el encuentro y relación entre chinos y mexicanos, relación permeada por los prejuicios y una visión estereotipada del otro.

Aunque en estos ejemplos se repetían algunas de las opiniones del movimiento antichino, el discurso humorístico tenía sus temas propios como la imitación del hablar de los inmigrantes chinos a través de la reproducción de sus defectos de pronunciación. Aunque el racismo presente en la propaganda antichina y el humor étnico era casi el mismo cabe reconocer las diferencias entre ambos. Mientras las caricaturas del libro de Espinoza eran moralizantes y propagandísticas, las caricaturas de *El Universal* sólo buscaban causar la risa en el espectador y el recurrir al humor étnico no implicaba forzosamente que ellos respaldaran las posiciones más radicales del movimiento antichino.

El discurso humorístico sobre los chinos parece corresponder casi a la perfección con el discurso racista de los antichinos; pero hay otras expresiones dentro del primero que permiten ver como dentro de la imagen humorística se permitían un tipo distinto de representaciones sobre las relaciones entre los inmigrantes chinos y la población mexicana. Las caricaturas se prestaban solamente para realizar chistes cortos que dependieran de los estereotipos más simples y que pudieran hacerse a partir de unos pocos diálogos, por eso en ellas podemos ver las características más burdas de la concepción social de los chinos. Un caso distinto es el de las historietas, un género donde los autores podían hacer un desarrollo más amplio de sus ideas ofreciéndonos así una perspectiva distinta del mismo tema desde un espacio también humorístico.



Imagen 3.21

Jesús Acosta Collantes "Dux", Hugo Tilghman "Foxi", *Mamerto y sus
conocencias*, detalle, en *El Universal*, 3 de junio 1928, 4ª sección, p. 1.

En las historietas también se repetían partes del estereotipo negativo de los chinos, apareciendo frecuentemente como criminales y comerciantes de enervantes. En *Mamerto y sus conocencias*, por ejemplo, el personaje principal era desde víctima del secuestro en manos de lavaderos chinos hasta cliente de los fumaderos de opio (**Imagen 3.21**). Estos episodios no eran sorprendentes en relación al discurso imperante contra los chinos; sin embargo, algo que sí era contrario a éste era que Mamerto contaba entre sus amigos a nada menos que un chino. En un episodio referido en el capítulo anterior el personaje se encontraba en la calle con un chino de nombre Wan Goo con quien se trataba amistosamente y se detenía a platicar con él (**Imagen 2.15**).²⁵ En este episodio se daba el anómalo caso de que el chino no asumiera el rol de antagonista u objeto de burla, en cambio aparecía como amigo del personaje principal (**Imagen 3.22**).

La aparición de un personaje que se reivindicaba como representativo de México, ataviado con su traje de charro, llevando a la grupa a un chino, era sorprendente, más aún en años donde la campaña antichina estaba alcanzando sus momentos más álgidos. El dibujo de Wan Goo, su hablar e incluso su nombre respondían a los códigos de su representación estereotípica, pero su rol en la historieta no lo hacía. Las representaciones sobre la amistad con chinos podían ser políticamente incorrectas, sobre todo a los ojos de los opositores a la inmigración, y son bastante escasas; pero éste no es el único caso. El Sr. Pestaña, personaje principal de su historieta epónima, mientras era prisionero de uno de los ejércitos chinos contendientes de la guerra civil China, era rescatado por un chino al que presentaba a su amigo Chon Prieto de la siguiente forma (**Imagen 3.23**).

—Este Chale es un buen amigo, Prietito. Tenía un Changarrito allá en Nogales.

—Yo quielo señol Pestaña más que a mi helmano Lamón. Un día yo no tenel dinelo pala complal calga flijoles con golgojo y señol Pestaña plestalme veinte pesos.

De nuevo parte de los códigos coincidían con el discurso racista de los antichinos y de las caricaturas; pero también había elementos diferentes en la construcción de estos personajes de historieta. El chino era necesario dentro de la dinámica de la serie, ya que ésta había embarcado a sus personajes en un recorrido mundial y en cada lugar al que iban

²⁵ supra., p. 97-98.

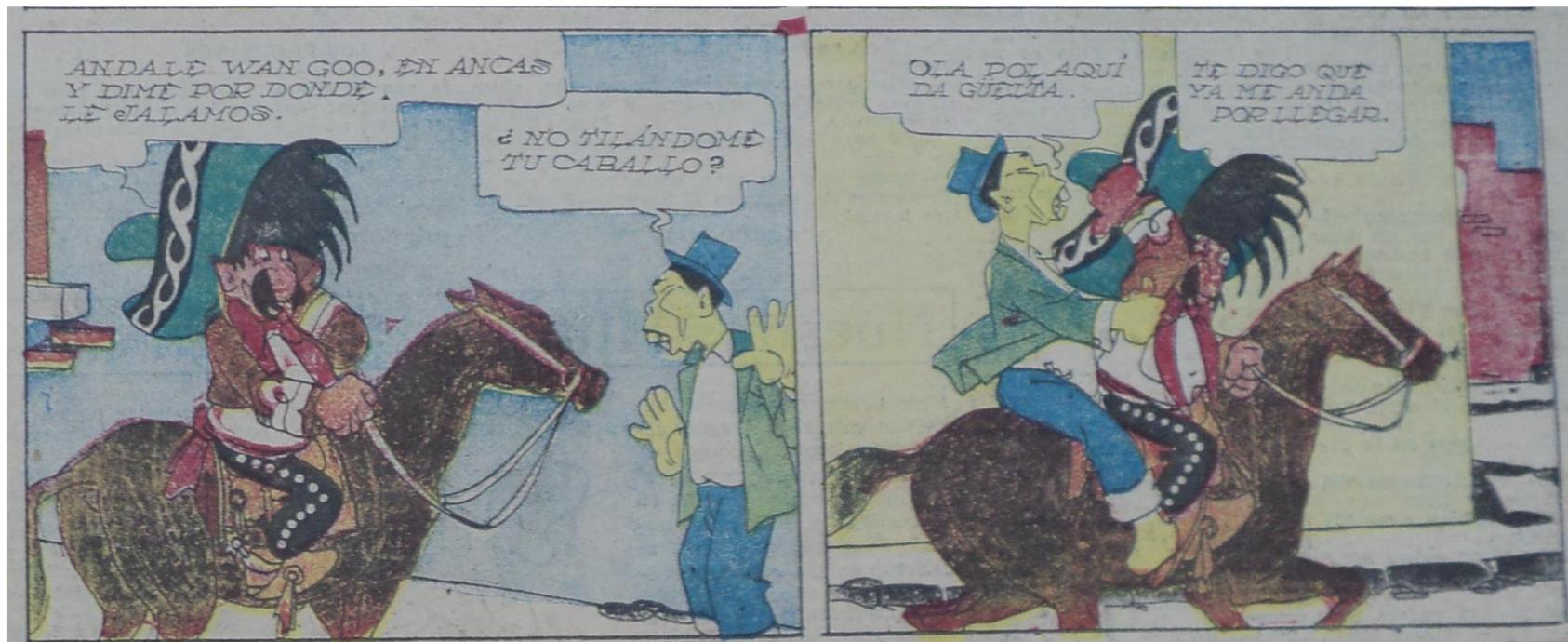


Imagen 3.22

Jesús Acosta y Hugo Tilghman, *Mamerto y sus conocencias*,
detalle, *El Universal*, 24 de mayo 1931, sección cómica, p. 1.

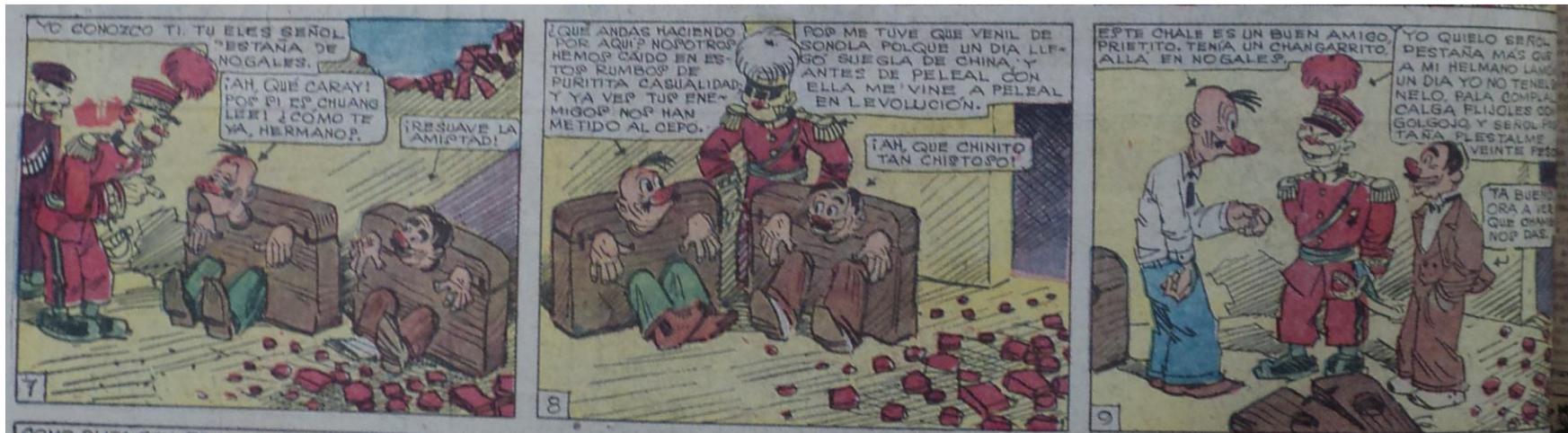


Imagen 3.23

Carlos Fernández Benedito "Hipólito Zendejas" y Andrés Audiffred, Sr.
 Pestaña, detalle, *El Universal*, 1 de abril 1928, 4ª sección, p. 4.

siempre acaban encontrando a alguien que hablara español; pero en este caso no se limitaban a encontrar a un improbable hablante de castellano en China sino que éste era un antiguo conocido de los mexicanos y un antiguo comerciante de Nogales, ciudad situada en la cuna del movimiento antichino. Este personaje se convirtió en las siguientes entregas en interlocutor de los protagonistas mexicanos e insólito compañero de aventuras.

Un personaje chino más, que valdría abordar brevemente, es Sam Lee de la serie *Nagulás y Laburio* que también mostraba la confluencia de un sentimiento de simpatía por los chinos con los prejuicios hacia ellos. Sam Lee comenzó a aparecer en un episodio de marzo de 1929 peleando con el abonero Nagulás porque lo sorprendía vendiéndole mercancía a su esposa recurriendo a halagos.²⁶ En los siguientes dos capítulos el mismo personaje aparecía vendiéndole opio a Nagulás. En el primero la policía descubría al comerciante teniendo alucinaciones causadas por la droga,²⁷ mientras que la siguiente semana ambos eran sorprendidos fumando por un oficial, al cual intentaban escapársele después de que éste no se dejaba sobornar.²⁸ Si bien en el primer episodio el chino hacía de antagonista del abonero libanés, pronto ambos personajes se enfrentaron juntos a un representante de la ley.

En un episodio posterior la mafia china intentaba matar a Sam Lee “pol tlaidol la laza, haciendo amistad con alabe, abonelo”. La mafia atrapaba al chino frente al edificio de *El Universal* donde era defendido a balazos por varios personajes de las historietas del diario (**Imagen 3.24**); sin embargo, era alcanzado por una bala. Los defensores de Sam Lee vencían a los enviados de la mafia china y se burlaban del chino herido que ellos mismos habían defendido de la siguiente forma.

- ¿Pobrecito chale, pos que será eso que sale de la herida?
- ¿Será pus?
- ¿O almidón de la labandina?
- ¡Qué va es arroz con leche!

²⁶ *El Universal*, 31 de marzo 1929, *Magazine para todos*, p. 12.

²⁷ *El Universal*, 7 de abril 1929, *Magazine para todos*, p. 12.

²⁸ *El Universal*, 14 de abril 1929, *Magazine para todos*, p. 12.



Imagen 3.24
Manuel A. Montalvo "Nagulás" y Hugo Tilghman "Foxi", *Nagulás
y Laburio*, detalle, *Magazine para todos de El Universal*, 26 de
mayo 1929, p. 12.

José Ángel Espinoza alertaba en *El problema chino en México* sobre los “chineros”: “todos aquellos individuos que de manera oculta u ostensible se inclinen en opinión o en hechos a favor de los chinos o sus intereses.”²⁹ Estos individuos eran divididos por él en dos grupos, los chineros peligrosos y los chineros cínicos, y dentro de este último grupo incluía a “los que lleven a cabo compadrazgos de pila, sociabilidad o una amistad estrecha con asiáticos.”³⁰ A los ojos del movimiento antichino la actitud de amistad de Mamerto hacia Wan Goo, y la que otros personajes profesaban a “elementos chinos” eran reprobables y de no ser personajes ficticios habrían sido acusados de chineros.

Si bien ya la preocupación de este movimiento por las relaciones de compadrazgo y amistad entre chinos y mexicanos sugiere la existencia de las mismas, su plausibilidad en el discurso del entretenimiento comercial también señala que éstas eran parte de la relación cotidiana entre ambos. La existencia y documentación de este tipo de lazos es un fenómeno que ha sido relegado en función de una necesaria denuncia del racismo que se ejerció hacia los chinos, así como por la amplia presencia del discurso racista más radical en la propaganda y otros espacios de la prensa. Tomar en cuenta el tipo de lazos que describen estas historietas debe ser sumado a fenómenos como los matrimonios entre chinos y mexicanos y la defensa de chinos por ciudadanos mexicanos de Torreón durante la matanza de 1911, para comprender las múltiples dimensiones de la relación establecida con los inmigrantes chinos.³¹

Por otro lado, estas mismas representaciones también indican que el racismo no necesitaba expresarse en su variante más violenta para estar presente en las relaciones entre chinos y mexicanos, y podía manifestarse a la par de relaciones de amistad o simpatía. La cuestión no es que las representaciones del chino aparecidas en la caricatura propagandística fueran más racistas que las de caricatura humorística. Probablemente las imágenes del libro de Espinoza eran un caso límite en comparación a las de *El Universal*, donde no sólo era consignado el racismo sino también las relaciones de amistad, pero el

²⁹ Espinoza, *El problema...*, *op. cit.*, p. 268

³⁰ *Ibid.*, p. 269

³¹ Sobre los matrimonios entre chinos y mexicanos, y la protección de chinos por parte de mexicanos durante la matanza de Torreón *vid.* Chao, *op. cit.*, p. 66-96 y 153. Otro estudio que también documenta la existencia de relaciones de solidaridad y amistad entre chinos y mexicanos es el de Julian Lim, “Chinos and paisanos: Chinese Mexican relations in the borderlands”, en *Pacific Historical Review*, v. 79, n. 1, febrero 2010.

racismo era el común denominador de ambas. Ambas representaciones son sólo muestra de un amplio abanico donde están también las imágenes exótizantes de los chinos en medios comerciales, el discurso oficial sobre la inmigración china, entre otras. Un caso más que no exploramos aquí es de las caricaturas de *El Nacional*, las cuales no eran chistes gráficos a la manera de las aparecidas en *El Universal* sino que eran cartones editoriales que ilustraban las posturas editoriales del diario del partido en el gobierno (**Imagen 3.25**). Estas caricaturas tenían sus propias características, pues si bien no recurrían comúnmente a las caracterizaciones físicas denigrantes que aparecían incluso en *El Universal*, si exponían posturas políticas en contra de la inmigración china.



Imagen 3.25
Autor desconocido (Salvador Pruneda?), *El Nacional*, 14 de julio 1929, p. 3.
159

Nagulás y Laburio: “Amado y simpático extranjero, amigo mío”

Ya hemos visto para el caso de los chinos cómo dentro de *El Universal* convivieron diversos discursos sobre los extranjeros. Si ya en este caso es paradójica la convivencia de artículos con posturas muy cercanas a las del movimiento antichino con imágenes de amistad entre chinos y mexicanos, esta contradicción es mucho más extrema para el caso de los llamados aboneros, “turcos” o “árabes”. Mientras que los chinos aparecieron siempre vilipendiados, y sólo llegaron a alcanzar el estatus de personajes incidentales dentro de las historietas del diario, los inmigrantes de Medio Oriente aparecieron como protagonistas de una tira publicada domingo a domingo sobre una pareja cómica formada por un abonero “árabe” y un mexicano.

A principios de febrero de 1929 el diario empezó a anunciar una nueva historieta: *Nagulás y Laburio*; y presentaba a los dos protagonistas de la siguiente forma:

Yo soy Liborio Ponteduro, filósofo y proto-mártir, cesado federal y conservado en alcohol. Cliente asiduo de las comisarías y amigo de los amigos. Beso a ustedes los pies devotamente.

Yo soy Nagulás Boabdil, goberciante a bie; dasandiente directo de Brafeta, axastencia bermanente di colchas, gubalinos, colchones, barfumes, bainetas... “Roba asté la novia y yo le brebaro su balacio.”³²

Así se presentaban los dos nuevos personajes de *El Universal*, un desempleado del gobierno con afección a la bebida y un comerciante ambulante, cuya forma de hablar confundiendo la “p”, “b” y “m”, lo señalaba como un extranjero de origen árabe; además de que la gran nariz y bigotes que poseía el personaje eran propios de la caricaturización de estos inmigrantes (**Imagen 3.26**). La publicidad en la que se presentaba a ambos también explicaba que aunque los nombres de los personajes eran “Nicolás y Liborio” debían ser pronunciados como “Nagulás y Laburio”, esto debido a los defectos de pronunciación del abonero, estableciendo así que uno de los temas principales de la tira era la extranjería de Nagulás.

³² *El Universal*, 8 de febrero 1929, 2ª sección, p. 8.

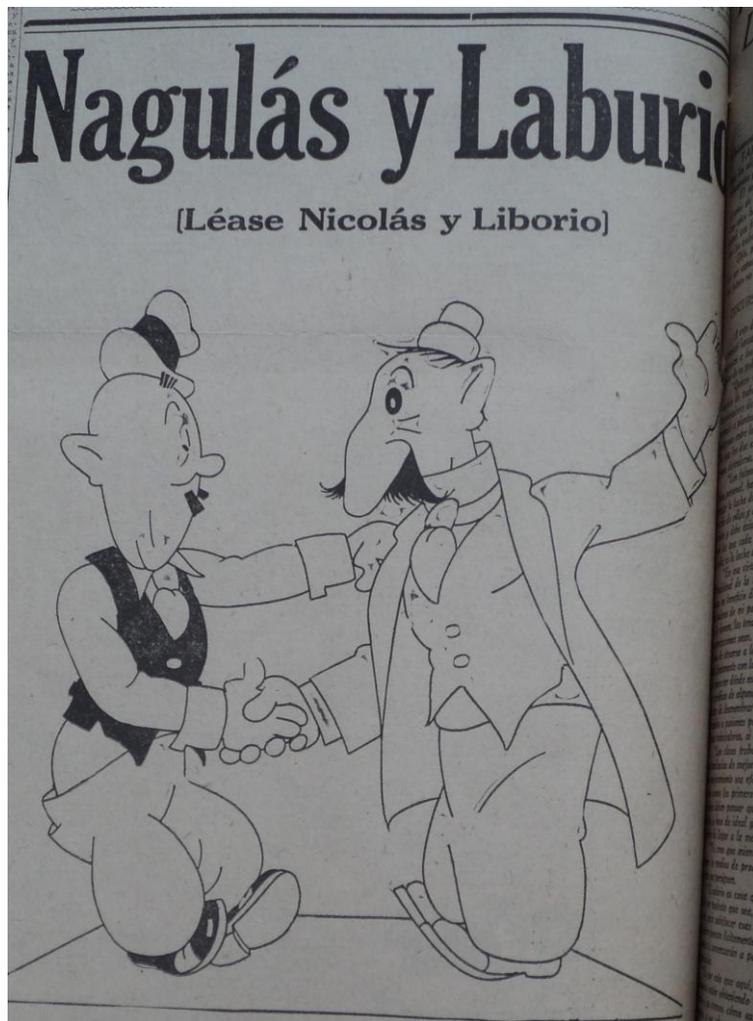


Imagen 3.26

Hugo Tilghman "Foxi", Publicidad para *Nagulás y Laburio*, *El Universal*, 8 de febrero 1929, 2ª sección, p. 8.

La nueva serie inició el 10 de febrero de 1929 a todo color y ocupando casi una página completa. En el primer episodio Laburio, al salir alcoholizado de una cantina, se detenía a observar un partido callejero de baseball. Cuando la pelota golpeaba a un policía todos huían excepto él, que debido a su estado recogía el bat sin advertir que iba a ser culpado por el incidente. Ya encerrado en la demarcación de policía Laburio encontraba a Nagulás, quien le explicaba las razones de su propia reclusión. Conmovido por la historia del comerciante Laburio sellaba la amistad con su compañero de celda con la siguiente

declaración: “Nuestras vidas seguirán desde hoy unidas, amado y simpático extranjero [sic], amigo mío.”³³

La tira fue creada para el diario por Manuel A. Montalvo Solís, mientras que el dibujo era realizado por Hugo Tilghman, dibujante de *Mamerto y sus conocencias*, para entonces ya experimentado historietista del diario. Originario del pueblo de Peto en el estado de Yucatán, donde su padre había sido presidente municipal en tiempos del Porfiriato, Montalvo había practicado una serie de oficios antes de convertirse en humorista: ejerció el magisterio en su pueblo natal, vocación que no le satisfizo; posteriormente emigró una primera vez a la ciudad de México donde le fue imposible encontrar empleo, así que partió a Tampico donde trabajó como periodista para el diario *La Opinión*. Posteriormente regresó a la ciudad para trabajar como obrero fabril, puesto del que fue rápidamente despedido.³⁴

Encontrándose sin empleo Montalvo decidió participar en un concurso de *El Universal* para escribir argumentos para la historieta *Los Berruga*, creando a Salomón, un abonero árabe. Al gustarle al periódico su trabajo, el humorista yucateco acabó por conseguir que se le diera una serie propia al crearse una nueva sección dentro del periódico: *Magazine para todos*. El nuevo suplemento dominical era una revista de doce páginas que incluía además de las historietas *Nagulás* y *Laburio*, y *Chupamirto* —publicada esta última ahora a color—, columnas de José Juan de la Tablada y Artemio de Valle-Arizpe; una sección sobre cinematografía; y reportajes sobre turismo, ciencias, radio, inventos e industria.

Montalvo había creado dos personajes para la nueva serie del diario inspirado en hechos muy concretos. Laburio representaba una especie de alter ego del guionista, ya que él mismo era un desempleado al momento de convertirse en humorista, además de que en una entrevista declaraba que “‘Laburio’ tiene mucho de aquel profesor de escuela, erudito a su modo y de léxico ‘un tanto elegante’ que vivió en mí en tierras del Mayab...”³⁵ Por su parte, Nagulás era el resultado de una mezcla de los numerosos inmigrantes orientales que

³³ *El Universal*, 10 de febrero 1929, *Magazine para todos*, p. 12.

³⁴ La información biográfica sobre Manuel A. Montalvo Solís fue tomada de dos entrevistas realizadas por el mismo diario. “Florestán”, “Los humoristas mexicanos. Nagulás nos cuenta su historia”, en *El Universal Ilustrado*, 10 de julio 1930, p. 31 y 43; y “Florestán”, “Manuel A. Montalvo Solís. El creador de Nagulás”, en *El Universal*, sección, cómica, p. 2.

³⁵ “Florestán”, “Los humoristas mexicanos. Nagulás...”, *op. cit.*, p. 43.

el autor había conocido en Yucatán. El diario relataba la familiaridad que tenía Montalvo con los inmigrantes orientales de la siguiente manera.

Lo de la imitación perfecta del árabe, le viene a Montalvo desde su pueblo natal — Peto, Yucatán— donde radican algunos hijos del Islam. Allí enamoró a “Vactoria”, la hija de “don Alias” —comerciante hasta en lo no comerciable, menos en sus afectos paternos—, y tuvo Montalvo como consecuencia serios disgustos con el furibundo oriental...

—Chaquito sanvargüenza, cuando ti vuelva a ver aquí, a la buerta de mi camercio, ti rombe la metra tu cabeza y lo digo a tu babá, don Casimiro, burque no quiero qui lo enamoras a Vactoria!

Los pleitos eran también con los hermanos de “Vactoria” quienes “pambaceaban” a Montalvo y lo invitaban a la riña. Alguno le decía:

—A qui no li begas a Tuffi. Dice que no li sirves ni bara el arranque... A qui no li quitas este zacatito dil hombros...

Naturalmente, quitar el zacatito y comenzar el “match” eran todo uno.

Luego en Maxcanú, población también de Yucatán, fue gran amigo de cuatro sirios que controlaban en aquel entonces el comercio de telas. Estos lo invitaban a sus fiestas, donde aprendió en sonsonete de sus canciones y a comer chivo con cebolla y carne cruda, platillos, según él, muy sabrosos y nutritivos.³⁶

La caracterización de Nagulás era resultado de una compleja relación entre el autor y los migrantes de Medio Oriente en su natal Yucatán. Esta zona del país, así como otras, recibió a numerosos migrantes de este origen desde finales del siglo XIX, especialmente de la región que se convertiría en Siria y Líbano, muchos de los cuales habían logrado para finales de la década de los veinte crear negocios prósperos en la zona, desde pequeñas empresas hasta verdaderas redes comerciales que atravesaban el sureste mexicano.³⁷ La relación de Montalvo con ellos recorría desde el cortejo de la hija de un comerciante “árabe” de la zona, pasando por su persecución por el padre de la misma y sus celosos hermanos, hasta el establecimiento de una amistad con comerciantes de origen sirio. Nagulás surgió con base en todas estas experiencias, pero también incorporaba otras representaciones de los comerciantes árabes que aparecían en los medios, dando como resultado una imagen en donde se intercalaban experiencias positivas y negativas.

³⁶ “Florestán”, “Manuel A. Montalvo, p. *op. cit.*”

³⁷ Sobre las características generales de la migración de súbditos del imperio otomano en una perspectiva comparada *vid.* Claudia Dávila Valdés, “Historia comparada de dos experiencias migratorias: coreanos y súbditos del imperio otomano en Yucatán (1880-1916)”, en *Península. Revista Semestral*, v. V, n. 2, otoño 2010, p. 37-60. Sobre la presencia de migración libanesa en el sureste mexicano y su éxito en el mundo de los negocios *vid.* Luis Alfonso Ramírez, *Secretos de familia. Libaneses y élites empresariales en Yucatán*, México, CNCA, 1994, p. 173-310; y del mismo autor “De buhoneros a empresarios: la inmigración libanesa en el sureste de México”, en *Historia Mexicana*, v. XLIII, n. 3, 1994, p. 451-486.

[...] mi hermano “Nagulás”, la personificación del tipo árabe que se identifica fácilmente en todos los medios y que si es cierto que estableció el funesto comercio en abonos, es también a veces generoso y no pocas víctima de su confianza o de su espíritu enamorado, genuinamente oriental.³⁸

¿Quién era este tipo árabe que Montalvo aseguraba era reconocible en todos los medios? Desde finales del siglo XIX comenzaron a llegar a México migrantes provenientes del entonces Imperio Turco y otras regiones de Medio Oriente.³⁹ Para principios del siglo XX México era parte de una amplia red de migración desde la zona del Levante a América.⁴⁰ El principal foco de atracción era sin duda Estados Unidos, aunque muchos de los migrantes tenían una vaga idea de la diferencia entre este país y el resto del continente. Sin embargo, debido a una creciente política de restricción a la inmigración implementada por el gobierno de Estados Unidos, una parte de este flujo migratorio se desvió a otros países como Cuba y México. Usualmente concebidos como paso intermedio hacia Estados Unidos, o en el caso de México como “puerta trasera” para ingresar ilegalmente a su vecino

³⁸ “Florestán”, “Los humoristas mexicanos. Nagulás...”, *op. cit.*, p. 31 y 43

³⁹ Los estudios pioneros sobre esta migración en México comenzaron a estudiarla como libanesa o sirio-libanesa, debido a que la mayor parte de los inmigrantes provenían de esta zona y porque al paso de los años la identidad libanesa, y en menor medida la siria, pasó a tener una importancia central para las comunidades de inmigrantes de Medio Oriente en México. Estudios posteriores han puesto énfasis en la pluralidad de la inmigración de Medio Oriente y el mismo Imperio Turco, además de reconocer la inexistencia de Líbano o Siria para las fechas en que la inmigración comenzó. En ellos también se afirma que la influencia del nacionalismo libanés en los estudios sobre la historia de la migración de Medio Oriente y de las comunidades de migrantes de habla árabe en México, ha provocado que se consideren como migrantes libaneses o sirio-libaneses a la población proveniente del Imperio Turco e incluso otras regiones. Entre los estudios pioneros se encuentra el trabajo de Carmen Mercedes Páez Oropeza, *Los libaneses en México: asimilación de un grupo étnico*, México, INAH, 1984. Sobre la pluralidad de la inmigración de Medio Oriente a México *vid.* Camila Pastor de María y Campos, “The mashreq in Mexico. Patronage, property and class in the postcolonial global”, Tesis de Doctorado en Antropología, Los Angeles, California, Universidad de California, 2009, p. 187-191 y ss y Theresa Alfaro-Velcamp, *So far from Allah, so close to México. Middle Eastern immigrants in modern Mexico*, Austin, Texas, University of Texas Press, 2007.

⁴⁰ Aunque tradicionalmente esta migración ha sido explicada en función de la persecución religiosa dentro del Imperio Turco, Camila Pastor ha señalado que esa explicación es incorrecta porque responde en buena medida al discurso del nacionalismo libanés identificado con el Líbano cristiano. Esta autora sostiene que fueron una multiplicidad de factores los detonantes de esta inmigración, entre las cuales destacan la voluntad del Imperio Turco de convertirse en un Estado moderno, eliminando privilegios de minorías que recibían derechos especiales como el ser excluidos de la conscripción; la inestabilidad política y económica en la región, causada entre otras razones por la injerencia en la zona de potencias extranjeras; así como los cambios en los patrones tradicionales de migración consecuencia de las mejoras en el transporte, lo cual permitió que una serie de movimientos regionales en busca de una mejor condición de vida pudiera redirigirse a América y especialmente a Estados Unidos. Pastor, *op. cit.*, 118-142.

del norte, en estos países fue surgiendo una comunidad de inmigrantes levantinos que a su vez atrajo a más migrantes de sus lugares de origen.⁴¹

Una de las principales ocupaciones a las que se dedicaron estos inmigrantes de Medio Oriente fue al comercio, debido a que buena parte de ellos provenía de regiones que habían sido un paso comercial obligado entre Europa y Asia.⁴² Este fenómeno también fue favorecido por el establecimiento de una red comercial en los países de acogida por los primeros migrantes, la cual comenzó a incorporar a los recién llegados como mano de obra en sus propias industrias comerciales. De esta forma, según cálculos de Theresa Alfaro-Velcamp, alrededor de la mitad de los inmigrantes levantinos en México en la primera mitad del siglo XX se dedicaron a distintas actividades dentro del comercio, desde comerciantes de artículos al por mayor, hasta empleados de tiendas y minoristas ambulantes.⁴³

Los comerciantes levantinos prosperaron durante las décadas que siguieron a su llegada, muchos de ellos escalando socialmente desde ser vendedores ambulantes hasta poseer verdaderos emporios comerciales.⁴⁴ Una de las modalidades introducidas por este tipo de comerciantes fue la venta de productos en abonos, que consistía en la venta a crédito de artículos como prendas de ropa, telas y zapatos. Este tipo de comercio se hacía a domicilio por parte de minoristas que muchas veces eran empleados de los grandes comerciantes o adquirían de ellos mercancías a crédito. Por su estrategia de venta estos comerciantes pasaron a ser conocidos como aboneros, nombre que se empleó indistintamente para referirse a todo comerciante ambulante de origen extranjero que se dedicara a la venta de mercancía a crédito.

Bajo las etiquetas de abonero, turco o árabe, se incluyeron a las más distintas nacionalidades. Por ejemplo, en una editorial de *El Universal* se afirmaba que bajo la denominación de árabe “engloba el vulgo a los armenios, sirios, polacos, checos, chipriotas, judíos de todas las castas, turcos y rusos.”⁴⁵ Nagulás Boabdil fue creado a partir de esta

⁴¹ En Alfaro-Velcamp, *op. cit.* se reconstruye la amplia red que atrajo a los migrantes del Medio Oriente a México.

⁴² También en este aspecto la historiografía ha asumido el discurso de la comunidad libanesa que atribuye su éxito en el comercio a una supuesta ascendencia fenicia. Pastor, *op. cit.*, p. 109 y ss.

⁴³ Alfaro-Velcamp, *op. cit.*, p. 173.

⁴⁴ Sobre las razones del éxito de éstos comerciantes *vid. Ibid.*; Pastor, *op. cit.*; y Ramírez, *Secretos...*, *op. cit.*, y “De buhoneros...”, *op. cit.*

⁴⁵ “Editorial”, *El Universal*, 4 de mayo 1931, 1ª sección, p. 3.

imagen del abonero, y aunque él se reivindicaba como nacido en “Bairut”, futura capital de Líbano, en muchas ocasiones se refería a sí mismo dentro de la historieta como sirio, árabe o turco, mismas denominaciones que otras veces le molestaban. El personaje era un saco donde cabían todas estas diferentes identidades, junto con todos los otros prejuicios que las acompañaban. Inclusive se incorporaron a la figura concepciones que distaban mucho de las características de los migrantes de Medio Oriente. Por ejemplo, aunque gran parte de los migrantes que llegaron a México de esta región durante la primera mitad del siglo XX eran católicos,⁴⁶ el personaje de Nagulás se declaraba mahometano y exclama constantemente el nombre del profeta ante cualquier sobresalto (**Imagen 3.31**).⁴⁷

Uno de los motivos cómicos en lo que se centraba la tira era la representación de Nagulás, exagerando sus defectos de pronunciación; extremando ciertos rasgos como su prominente nariz y bigotes, rasgos que formaban parte del estereotipo gráfico de estos personajes; subrayando su desconocimiento e ingenuidad de la sociedad mexicana, así como su tacañería y su propensión a intentar sacar ventaja de toda situación. Un ejemplo de un chiste común en la serie fue la confusión por parte de Nagulás entre las palabras beso y peso, la cual lo metía en problemas con los esposos de sus clientas (**Imagen 2.27**).

Aunque este tipo de bromas fueron su motivo central, la tira no siguió un modelo fijo y su esquema varió según las ocurrencias de sus autores. En ocasiones se limitó a realizar chistes fáciles sobre los equívocos del abonero; pero también exploró la aventura; los conflictos del personaje principal con la sociedad mexicana en sus distintas vertientes —sus clientes, su amigo Laburio, los representantes de la ley—; las estrategias de los personajes para sobrevivir durante la crisis económica, entre otros. La historieta se adaptó para contar diferentes historias. En ocasiones incluía episodios donde Nagulás era el protagonista solitario y en otras hacía pareja con Laburio, jugando el papel de rivales o de cómplices. Otras veces las tramas incluían alguno de los miembros secundarios del elenco como Tina, la esposa de Nagulás, o Cleopatra, la sirvienta de Laburio; inclusive podían

⁴⁶ Alfaro-Velcamp, *op. cit.*, p. 170-171.

⁴⁷ El mismo hecho de llamar mahometano a un musulmán implicaba una concepción errónea del Islam, ya que equiparaba a Mahoma con la figura de Cristo en el cristianismo.



Imagen 3.27
 Manuel A. Montalvo Solís "Nagulás" y Hugo Tilghman "Foxi",
Nagulás y Laburio, detalle, *El Universal*, 24 de marzo 1929,
 Magazine para todos, p. 12.

aparecer sorpresivamente los personajes de otras tiras del diario como Mamerto o el Sr. Pestaña.⁴⁸

Así como la estructura de la tira se adaptó a la voluntad del autor, el personaje de Nagulás también lo hizo, reflejando su construcción como suma de las distintas imágenes sobre los migrantes de Medio Oriente. Por ejemplo, aunque la mayoría de las veces Nagulás era retratado como un vendedor ambulante que recorría las calles de la ciudad (**Imagen 3.27**), también podía aparecer, si la trama lo requería, como dueño de un establecimiento comercial fijo (**Imagen 3.28**), como dependiente de una tienda o atendiendo un puesto semi-fijo en la vía pública (**Imagen 3.29**). En este sentido Nagulás acababa representando no a un comerciante levantino específico sino que era un vehículo que podía encarnar según la ocasión, a un tipo distinto de comerciante. En el mismo sentido que con los españoles, el comercio jugó un papel central en la definición de los imaginarios sobre los inmigrantes de Medio Oriente y por eso en Nagulás se sintetizaban las diversas manifestaciones del comerciante árabe.

En lo que respecta al rol que Nagulás jugaba dentro de la tira, podía ser tanto víctima como victimario en diferentes entregas de la historieta. Por ejemplo, en un episodio de 1930 que remitía a la denuncia del maltrato que los patrones extranjeros sometían a sus trabajadores, Nagulás contrataba trabajadoras mexicanas como dependientas de su tienda y abusaba de ellas castigándolas de las maneras más brutales por las causas más absurdas, haciéndolas pararse en tachuelas por vender unas medias a un peso y no a dos, besar sus olorosos pies por pedir permiso para ir a comprar medicina y colgándolas de cabeza por no corresponder a su amor. Ante el maltrato Laburio intervenía liberando a las mujeres y golpeando al abonero (**Imagen 3.30**). Sin embargo en otros episodios el abonero aparecía claramente como víctima. En el episodio del 31 de mayo de 1931, Nagulás y Laburio competían por el amor de una mujer, Laburio para dirimir el conflicto se enlistaba en el Departamento de Salubridad para atrapar al abonero y que fuera recluido para un baño por su falta de higiene (**Imagen 3.31**). La treta le salía mal a Laburio, pues la mujer acaba favoreciendo a Nagulás por estar tan limpio.

⁴⁸ Los personajes de historietas de *El Universal* habitaban en un universo compartido y los préstamos de personajes entre diferentes series era una práctica común.

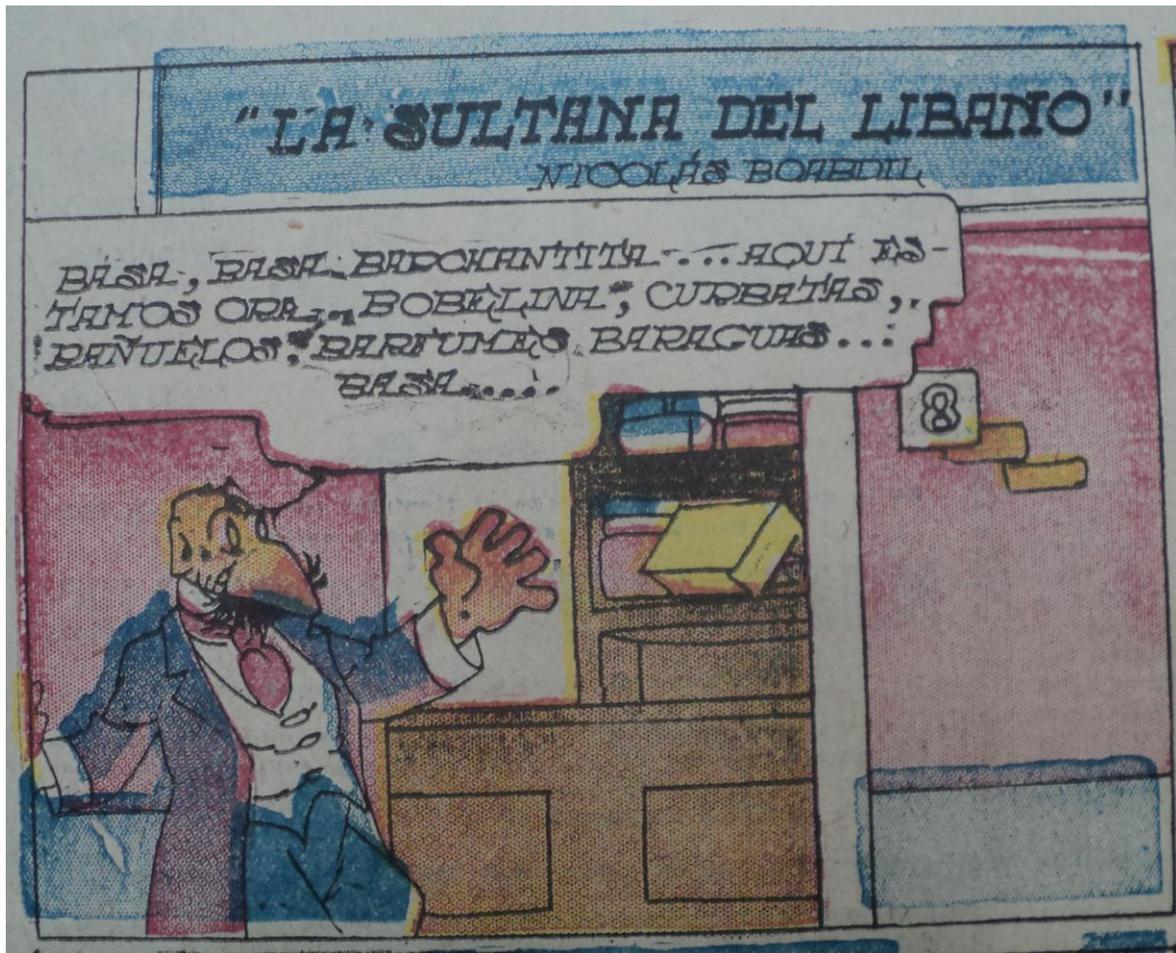


Imagen 3.28

Manuel A. Montalvo Solís "Nagulás" y Hugo Tilghman "Foxi", *Nagulás y Laburio*, detalle, *El Universal*, 20 de julio 1930, Magazine para todos, p. 12.



Imagen 3.29

Manuel A. Montalvo Solís "Nagulás" y Hugo Tilghman "Foxy", *Nagulás y Laburio*, detalle, *El Universal*, 2 de noviembre 1930, Magazine para todos, p. 12.

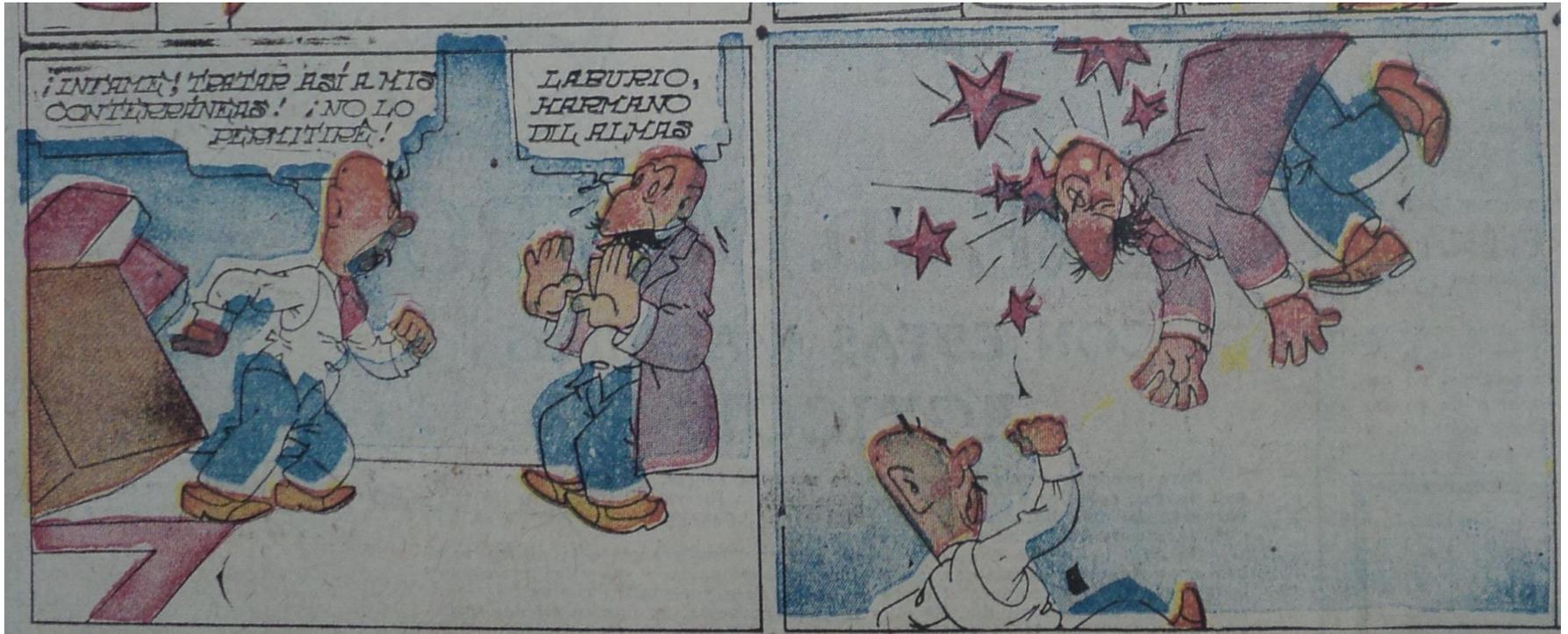


Imagen 3.30

Manuel A. Montalvo Solís "Nagulás" y Hugo Tilghman "Foxi", *Nagulás y Laburio*, detalle, *El Universal*, 20 de julio 1930, Magazine para todos, p. 12.

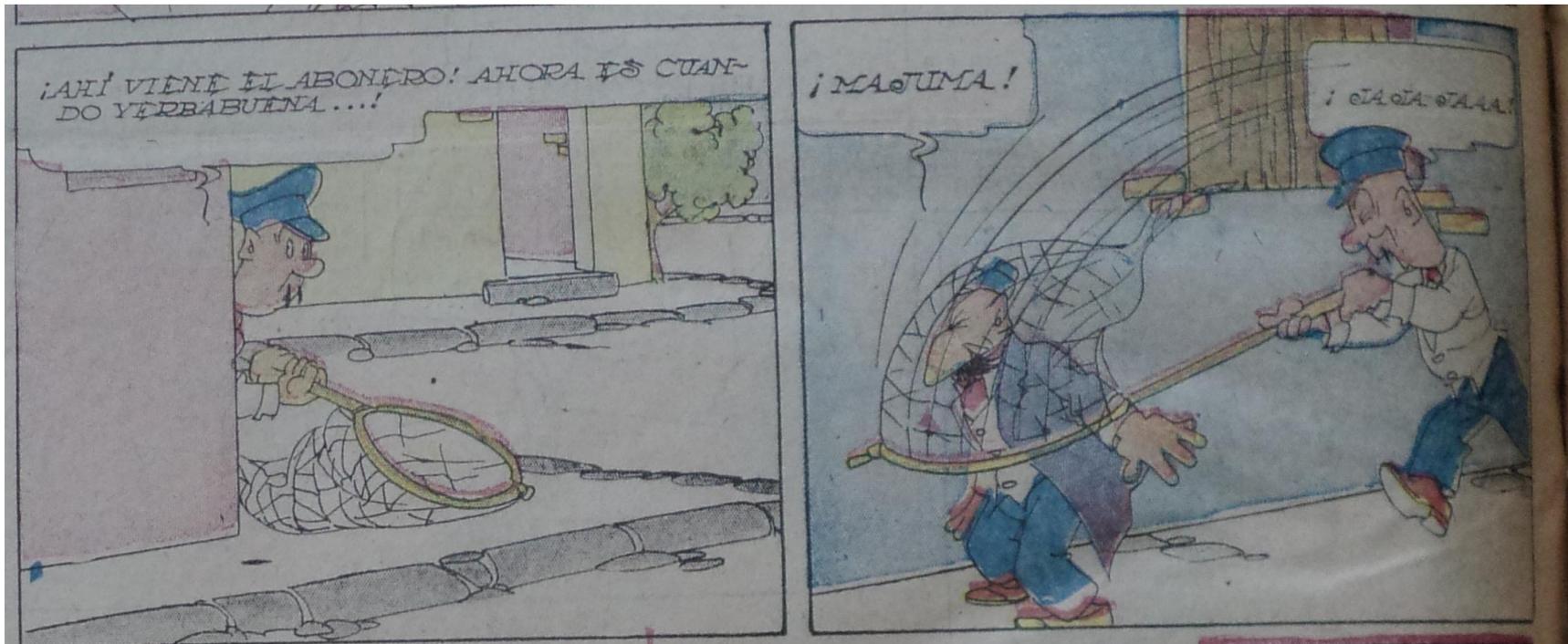


Imagen 3.31
Manuel A. Montalvo Solís "Nagulás" y Hugo Tilghman "Foxy", *Nagulás y Laburio*, detalle, *El Universal*, 31 de mayo 1931, sección cómica, p. 4.

Nagulás era un personaje ambiguo, que a veces podría aparecer tacaño y mezquino, pero su comportamiento era constantemente celebrado, y en la mayoría de las ocasiones el héroe de la tira. Cabe recordar en este sentido los términos en que se había referido el autor del personaje, cómo “mi hermano ‘Nagulás’ [...] que si es cierto que estableció el funesto comercio en abonos, es también a veces generoso y no pocas víctima de su confianza o de su espíritu enamorado.”⁴⁹ La relación que el mismo autor asumía con su personaje era bastante paradójica ya que aunque Laburio representaba su *alter ego*, Montalvo asumió el seudónimo de Nagulás, identificándose personalmente con el abonero.⁵⁰

Esta imagen positiva del abonero es sorprendente al situarla en un contexto dentro y fuera del periódico que estaba cargado de animadversión hacia el personaje. Al igual que los chinos, los aboneros fueron objeto de una fuerte campaña en su contra orquestada por los comerciantes que los acusaban de competencia desleal, ya que al no tener un domicilio fijo no pagaban impuestos y porque, según ellos, se “aprovechaban” de las clases bajas que se veían obligadas a pagar el doble o triple del precio de productos por adquirirlos a crédito. El mismo movimiento antichino había alertado sobre el peligro que representaban los aboneros.

La situación creada por los aboneros es un problema que comienza a extenderse, un peligro que, aunque no hace crisis todavía, pronto será difícil su resolución y, por lo tanto, antes de que sea imposible, antes de que sea tarde, es preciso conjurarlo con energía y con valor, pues no hay que olvidar que nuestra apatía, nuestra indolencia, es causa de que hoy la resolución del problema chino sea tan complicada y difícil de resolver.⁵¹

A finales de la década de los veinte se inició una fuerte campaña contra los aboneros, de la que la prensa fue entusiasta partícipe, poniendo énfasis en su condición de elementos extranjeros y en cómo explotaban al pueblo a través de su sistema de ventas.⁵² En *El Universal* la campaña se desató con mayor virulencia a partir de 1931, y aunque tenía entre sus héroes dominicales a un abonero, publicó editoriales y artículos de opinión en los que

⁴⁹ “Florestán”, “Los humoristas mexicanos. Nagulás...”, *op. cit.*, p. 31 y 43. Ver la cita completa en p. 164.

⁵⁰ El seudónimo de Laburio fue asumido por otro humorista del diario José G. Almanza, amigo cercano de Montalvo Solís.

⁵¹ Espinoza, *El problema...*, *op. cit.*, p. 225.

⁵² Una revisión sobre la campaña contra los aboneros en la prensa puede encontrarse en José Manuel Castillejos Río, “La prensa mexicana y los migrantes aboneros: 1920-1940”, Tesis de Maestría en Historia y Etnohistoria, México, Escuela Nacional de Antropología e Historia, 2010.

se refería a ellos como “obstáculo al lícito comercio y menguan de modo considerable las entradas de nuestra aduana”⁵³. El diario inclusive publicó como parte de las campañas nacionalistas de las que formó parte, textos que afirmaban que la mejor manera para acabar con los aboneros era que las grandes casas comerciales se anunciaran en las páginas de *El Universal*.

La única manera de acabar con los “aboneros” es dar a los consumidores las mismas facilidades que ellos les dan y garantizar la buena calidad de lo que se les vende. Sólo las casas comerciales que tienen domicilio fijo y responsabilidad pueden ofrecer esa garantía. Esta es la ventaja que tienen sobre los “ambulantes”. La casa que anuncie todos los días y dé las mayores facilidades será la única que derrote a los “aboneros”.⁵⁴

El humorismo no hizo caso omiso de esta campaña; como muestra esta caricatura que incluía a los aboneros como la primera de las nuevas plagas de México (**Imagen 3.31**). Algunos humoristas como Gustavo F. Aguilar expresaron en sus caricaturas y textos su respaldo a la campaña contra los aboneros, asumiendo en sus trabajos las críticas hacia estos comerciantes.

Para vender las cosas en abonos
y más las telas de diversos tonos,
se logra si se es
árabe, turco o sirio-libanés,
si intentara hacer esto un mexicano
se le iría el dinero de la mano,
todos se sentarían con el dinero
lo que hacen menos con el extranjero
que además de que sabe bien vender,
también suele saber
de qué manera y cuando
se pasa lo que trae de contrabando.⁵⁵

Sin embargo, dentro del mismo grupo de humoristas, otros expresaron un punto de vista diferente. Porfirio Hernández “Fígaro” no repitió los argumentos de la campaña e incluso se mofó de ellos, así como de los de la campaña antichina.

⁵³ “Editorial”, *El Universal*, 4 de mayo 1931, 1ª sección, p. 3.

⁵⁴ *El Universal*, 11 de mayo 1932, 1ª sección, p. 1.

⁵⁵ Gustavo F. Aguilar “Sánchez Filmador”, “La desmexicanización”, *El Universal*, 16 de marzo 1930, *Magazine para todos*, p. 5



Imagen 3.32
 Carlos Diez Delgado "Solrac", "Las nueve plagas de México", *El Universal*, 24 de febrero 1929,
 4ª sección, p. 2.

Yo he sido una de sus víctimas propicias [de los aboneros]. Mi guardarropa está surtido con toda clase de artículos facilitados por esa plaga maldita de turco-árabes que en lugar de esperar a que yo haga viaje especial al centro de la ciudad, a comprar cosas caras y al contado y a ser mal atendido por los tenderos que pagan fuertes impuestos, se llegan hasta mi habitación portando sus perchas de artículos caros y malos también. El abono, en mi concepto, es una de las tragedias comerciales más formidables que jamás se hayan abatido sobre una población de taurófilos y desconocedores del ahorro. Porque se presta para que uno se sienta con capacidad de comprar todo lo que necesita. De otra manera careceríamos hasta de los trastos indispensables para las urgencias fisiológicas, pero viviríamos al día, que es el ideal de todo buen mexicano.

Sobre la persecución a los chinos Fígaro agregaba:

[...] debe suprimirse a los aboneros exóticos que nos suplen con mercancías a domicilio y al chino que nos vende café a diez centavos, con olor a cucaracha, para que tengamos que ir a beberlo a los restaurantes del centro a precios triples o cuádruples, aunque oloroso también. ¿Qué hace aquí tanto lavandero asiático cuando habemos en el país millares de “licenciados” que no lavamos “lopa” únicamente porque carecemos de conocimientos? Si se expulsase a los chinos habríamos muchos que en poco tiempo estaríamos acondicionados para beber café con leche por esas calles de Dios.⁵⁶

El artículo continuaba con los casos de españoles, rusos, alemanes que vendían distintos productos en la ciudad y lanzaba frases en el mismo sentido irónico, como “¿qué vale más, la comodidad o el desarrollo del más acendrado espíritu nacionalista?”⁵⁷ Si bien el artículo debe entenderse como parte de una sátira que no alcanzaba fines políticos, es claramente diferenciable de otro tipo de humor que asumía las críticas contra los aboneros. Este texto estaba acompañado de una ilustración de Andrés Audiffred que aunque por sí misma parecía criticar la presencia de los aboneros, acosando a los transeúntes en las calles, más bien abonaba a la ironía de los planteamientos del autor (**Imagen 3.33**).⁵⁸

En esta divergencia de valoraciones sobre los aboneros desde el humorismo, *Nagulás y Laburio* representaba una contradictoria presencia en un periódico que explícitamente desde sus editoriales respaldó la campaña contra los aboneros. La tira contrastó al discurso de la campaña contra estos vendedores de diversas maneras. Por un

⁵⁶ Porfirio Hernández “Fígaro”, “La guerra a los ‘barchantes’”, *El Universal*, 29 de marzo 1931, 2ª sección cómica, p. 2

⁵⁷ *Ibid.*

⁵⁸ En esta imagen se puede ver una interpretación gráfica distinta a la de Hugo Tilghman del estereotipo del abonero.



Imagen 3.33
Andrés Audiffred, *El Universal*, 29 de marzo 1931, 2ª sección cómica, p. 2

lado, a veces ilustró este discurso o lo puso en boca de personajes de la serie, como en las **imágenes 3.34 y 3.35**. La primera es una caricatura que acompañó la cabecera de la serie y ponía en dibujos la denuncia sobre el enriquecimiento de los aboneros a costa de los mexicanos, en la segunda, por otro lado, se ponía en boca de Laburio los insultos que se lanzaban desde las campañas nacionalistas contra los aboneros: “Entonces es usted un malandrín, poca vergüenza! ¡Explotador! ¡Canalla! y Cochino! [...] ¡Es usted un mal amigo! ¡Ratero del pueblo!” Los espacios humorísticos del diario permitían una ambigüedad propia de este género, podía utilizar ambos argumentos siempre y cuando fuesen funcionales para provocar risa, pero en *Nagulás y Laburio* la balanza se inclinaba mayoritariamente a favor de los aboneros.

La tira también consignó todas las dificultades por las que atravesaban los vendedores ambulantes para ejercer el comercio. Nagulás era constantemente acosado por la policía, incluso cuando tenía placa para vender en la vía pública (**Imagen 3.36**); pero también era víctima de los comerciantes de la Lagunilla que decidían tomar acción en contra del comercio extranjero lanzándole zapotes (**Imagen 3.37**).⁵⁹ La representación de episodios de violencia se hizo más común en la tira al escalar la campaña contra los aboneros, lo cual pudo haber respondido a un aumento de la violencia contra ellos en la vida real. En la mayoría de las ocasiones donde se retrataban episodios de este tipo, Nagulás era representado como una víctima y no el merecedor de un justo castigo, distanciándose así el autor del discurso anti-abonero.

Montalvo incluso permitió que Nagulás se vengara de algunos de los ataques de los que era objeto. En una ocasión el personaje era golpeado por el mismo Mamerto al no querer el comerciante devolverle dinero (**Imagen 3.38**), enseguida Nagulás le daba dinero al charro y le decía que en su país cuando alguien golpeaba a una persona en un día de fiesta éste debía pagarle al agresor, afirmando que él sólo podía pagarle veinte pesos pero que otro paisano suyo le daría quinientos. A continuación el abonero llevaba a Mamerto a casa de un primo suyo, a quién el engañado charro intentaba golpear para obtener la recompensa prometida. Sin embargo, el primo del comerciante árabe era un profesor de

⁵⁹ La anécdota era un juego de palabras que hacía referencia al llamado de las campañas nacionalistas a “sabotear” el comercio ambulante.



Imagen 3.34

Manuel A. Montalvo Solís "Nagulás" y Hugo Tilghman "Foxi",
Nagulás y Laburio, detalle, *El Universal*, 16 de marzo 1930,
Magazine para todos, p. 12.



Imagen 3.35
Manuel A. Montalvo Solís "Nagulás" y Hugo Tilghman "Foxi",
Nagulás y Laburio, detalle, *El Universal*, 18 de octubre 1931,
sección cómica, p. 1.



Imagen 3.36
 Manuel A. Montalvo Solís "Nagulás" y Hugo Tilghman "Foxi",
Nagulás y Laburio, detalle, *El Universal*, 15 de marzo 1931,
 Magazine para todos, p. 12.



Imagen 3.37
Manuel A. Montalvo Solís "Nagulás" y Hugo Tilghman "Foxi",
Nagulás y Laburio, detalle, *El Universal*, 26 de abril 1931,
sección cómica, p. 4.



Imagen 3.38
Manuel A. Montalvo Solís "Nagulás" y Hugo Tilghman "Foxy",
Nagulás y Laburio, detalle, *El Universal*, 19 de abril 1931, sección
cómica, p. 4.



Imagen 3.39
 Manuel A. Montalvo Solís "Nagulás" y Hugo Tilghman "Foxi", *Nagulás y Laburio*, detalle, *El Universal*, 10 de agosto 1930, Magazine para todos, p. 12.

boxeo que propinaba una paliza al agresor de Nagulás. Es de notar que en este episodio, Mamerto, estrella del diario y representación simbólica de lo mexicano, adquiría rasgos violentos al ser utilizado en el contexto de una tira sobre extranjeros. Sorprendentemente al final del episodio el abonero resultaba victorioso contra el nacionalismo violento representado por el charro.

Otro tema recurrente fue la posibilidad de expulsión como uno de los grandes temores de los aboneros, siendo la posible o real expulsión de Nagulás el tema de varias tiras. En agosto de 1930, Nagulás fue expulsado del país por contrabando de seda. El abonero y su esposa fueron escoltados por un policía al puerto mientras lloraban a cantaros, del muelle los despedía Laburio y el oficial le advertía al expulsado “¡Pela gallo y que nuncamente, vuelvas a pisar tierra mexicana!”. Sin embargo, después de la dramática despedida la siguiente viñeta anunciaba el regreso del abonero seis meses después (**Imagen 3.39**).⁶⁰ Por otro lado, ante las amenazas de ser expulsado el mismo Nagulás declaró en más de una ocasión ser “nacionalizado mejecano tiempo dectadura”, es decir, que se había nacionalizado desde el Porfiriato.⁶¹

La historieta utilizó constantemente el discurso del nacionalismo y la campaña contra los aboneros en tono humorístico. En un episodio de 1931 Montalvo puso en boca de Nagulás un inusual discurso pronunciado en la Lagunilla:

Rasbetable marchantitas dil Lagunillas: Yo, Nagulás Boabdil, cubarciente de a bincel, soy brubagandista dil articulos nacionales... Este cambañas de brusperidad nacional es muy biochas... Todos los mejecanos deben cumbrar braductos dil bais que es mejor que el aстранjeros... Zabatos, telas, baños, barfumes, baraguas... Lo braduce el baís y de bremera caledad, tres biedras... ¿Bur qué vas a combrar zabatos y baños aстранjeros si en Méjeco lo hacen barfectamente acabados todo? ¿Bur qué vas cumbrar berros calientes (hot dogs), chop suy, laterías, huevos enyectados que viene de afueras? Come mejor lo de la tierra mejecana: nobalitos, barbacoas, herba bisnaga y quelites...!⁶²

Otros aboneros que escuchaban su discurso pronto enfrentaban al “abonero nacionalista” al grito de “¡Ratero! No lo bareces ceraco de Siria!”⁶³ Debido a la riña Nagulás era detenido y llevado a la demarcación por escandaloso, donde le decían que le

⁶⁰ Sobre la expulsión de extranjeros provenientes de Medio Oriente relacionados con el comercio *vid.*, Yankelevich, *¿Deseables...*, *op. cit.*, p. 120-121.

⁶¹ *El Universal*, 5 de mayo 1929, *Magazine para todos*, p. 12

⁶² *El Universal*, 15 de febrero 1931, *Magazine para todos*, p. 12.

⁶³ *Ibid.*

iba a ser aplicado el artículo 33, a lo cual el acusado contestaba “Bueno, hermano, pues si este artículo 33 es mejicano... pues lo breferio, bur ser mejicano!”⁶⁴ El autor interpretaba a través del humor la presencia cotidiana de los discursos nacionalistas, así como el enfrentamiento constante que se tenía en el plano discursivo con los comerciantes extranjeros que dominaban los mercados de la capital.

Era muy claro que Montalvo simpatizaba con su personaje, y aunque no dejaba de reproducir parte de los prejuicios sobre los aboneros, e incluso en ocasiones hacía a su personaje víctima de la furia de los mexicanos, al final siempre celebraba las acciones de Nagulás. Si la campaña contra los aboneros da cuenta de una relación discriminatoria, xenófoba y racista, en este caso la tira tiene un discurso diferente sobre los inmigrantes que incluso los veía con cierta simpatía. Montalvo no era un comerciante y en ese sentido no tenía intereses en contra de los aboneros, en cambio su imagen de los mismos partía de una experiencia cotidiana con extranjeros con los que, como se ha mencionado anteriormente, había trabado amistad. El discurso del historietista no está exento de racismo, pero muestra una manera muy particular de vivirlo. No cabe duda que en su historieta, y probablemente en la vida real, el autor hacía de los migrantes orientales su objeto de burla; pero al final podía establecer con ellos amistades tan duraderas como la que había entre Nagulás y Laburio.

En un artículo sobre la representación de los negros en las historietas estadounidenses Robert Fiore cuenta una anécdota sobre el historietista Frank King que puede servir de comparación para el caso de Montalvo y su personaje. En la historieta *Gasoline Alley*, la cual como *Nagulás y Laburio* comenzó a publicarse en la década de los veinte, King incluyó entre un elenco absolutamente blanco dos personajes afroamericanos: Rachel y Mandy. Ambas mujeres eran las sendas trabajadoras domésticas de Walt y Phyllis, dos vecinos enamorados. Fiore destaca que aunque ambos personajes están caracterizados con suma simpatía y sin el menor asomo de que estos tengan explícitamente una declaración de superioridad racial por parte del autor, éste nunca dejó de caracterizarlas estereotípicamente a la manera del resto de las representaciones sobre los negros (**Imagen 3.40**).⁶⁵

⁶⁴ *Ibid.*

⁶⁵ Fiore, *op. cit.*, p. 501-503. Un dato interesante es que así como el personaje del abonero encontró en *Nagulás y Laburio* una reivindicación a pesar de que en numerosos discursos esta figura fuera vituperada

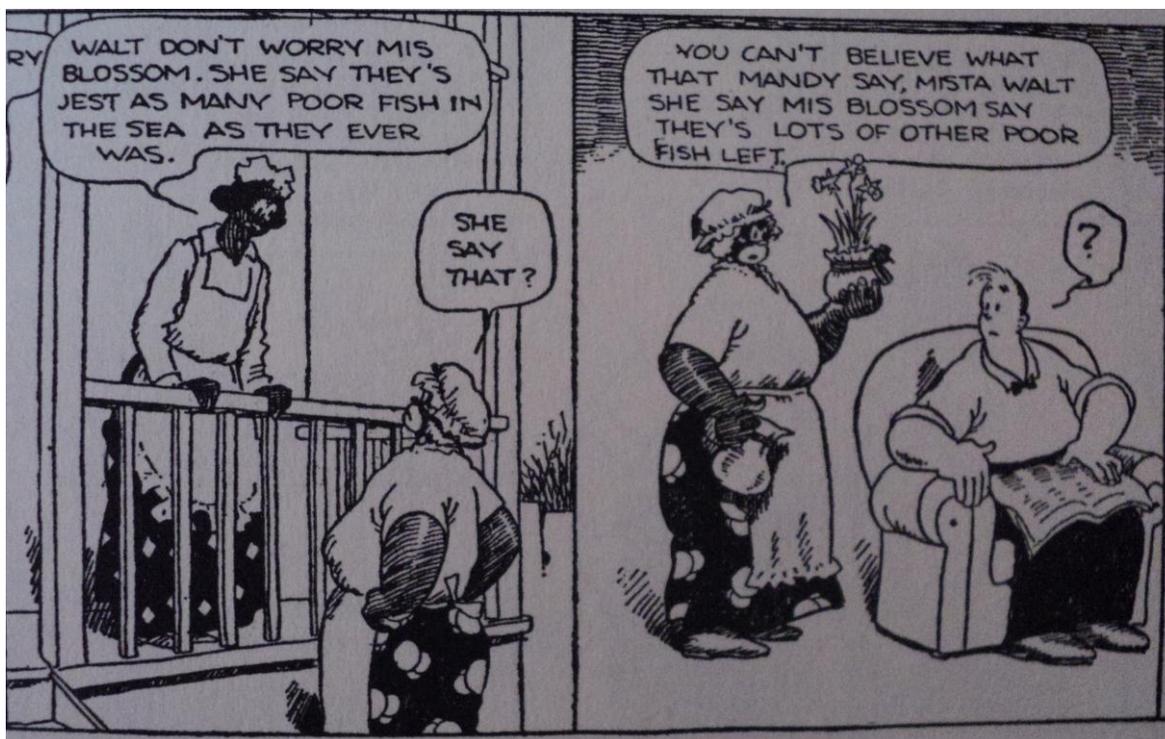


Imagen 3.40

Frank O. King, *Gasoline alley*, detalle, 21 de marzo 1923, tomada de Frank O. King, *Walt and Skeezix, 1923-1924*, Montreal, Drawn and Quaterly, 2006.

El autor señala este hecho como parte de una incapacidad del autor de ir más allá del racismo que pesaba sobre los negros, a pesar de que él mismo no reivindicaba un sentimiento de superioridad frente a los afroamericanos. Algo similar podemos ver en el caso de Montalvo y Nagulás. El autor no asumió el racismo que el mismo diario mostraba en sus opiniones editoriales; sin embargo, no podía escapar a éste. La apreciación de Montalvo de los aboneros y de los migrantes de Medio Oriente incluía los prejuicios de la época; pero también sus relaciones de amistad y simpatía con ellos. No olvidemos además que el racismo no era la actitud políticamente incorrecta en que se convirtió posteriormente. El estudio aislado de la campaña contra los aboneros parecería indicar que la relación entre los inmigrantes levantinos y los mexicanos estaba permeada por una constante animadversión y que los mexicanos que compraban mercancía a los aboneros lo hacían sólo por ignorancia, pero la tira es evidencia de una relación mucho más complicada entre

cotidianamente, Ian Gordon señala que algo similar ocurrió con la figura del negro en la historieta estadounidense *Sambo and his funny noises*. En esta historieta publicada a principios del siglo XX, el personaje protagonista negro encontraba ocasionalmente venganzas simbólicas en contra de sus antagonistas blancos. Gordon, *op. cit.*, p. 71.

ambos grupos, en la cual los mexicanos recurrían cotidianamente a los extranjeros para comprar numerosos productos.

Un ámbito que también refleja esta complejidad son los testimonios de los propios inmigrantes de Medio Oriente en México. En gran parte de la memoria escrita de la comunidad, así como de la historia construida por y para ella misma, se ha privilegiado hablar de las buenas relaciones que imperaban entre los inmigrantes de Medio Oriente y los mexicanos, soslayando la existencia de conflictos de los que otras fuentes nos hablan.

En La Merced de aquellos años existía un gran sentido de los valores comunitarios y humanos; pues en un ambiente de tolerancia, amistad y trabajo convivía con los mexicanos un buen número de libaneses, judíos y españoles —con sus respectivos hijos, la mayor parte de ellos nacidos ya en este país— que conservaban parte de sus tradiciones de origen, pero bastante asimilados a las costumbres y espíritu fraterno de los mexicanos. Quienes vivíamos en La Merced éramos un ejemplo que deberían seguir hoy en día las naciones en pugna, pues constituíamos una demostración de que el sol sale para todos, y de que es posible que gente de sangre diferente viva en paz y armonía.⁶⁶

Incluso algunos testimonios borran casi completamente la existencia de problemas entre ambos grupos, afirmando que “a su llegada, los inmigrantes encontraron en México un paraíso; un país donde no existía ningún tipo de discriminación, ni racial ni religiosa ni social.”⁶⁷ Sin embargo, estas mismas fuentes también consignan anécdotas que dan cuenta de cómo los inmigrantes árabes eran víctimas cotidianas de las burlas de los mexicanos. Por ejemplo, Jorge Nacif Mina, un inmigrante llegado a Veracruz en 1921 relata como desde su llegada al puerto era víctima de insultos.⁶⁸ Nacif, quien ejerció el oficio de abonero durante varios años, también habla de cómo un abonero percibía las burlas de las que era objeto por su forma de hablar, incluso a pesar de que él mismo se valiera de ellas como recurso comercial.

⁶⁶ Esta cita hace referencia a La Merced de los años cuarenta, donde Antonio Badú pasó su juventud. Antonio Badú y Jorge Mejía Prieto, *Sortilegio de vivir. La vida de Antonio Badú*, México, Diana, 1993, p. 24.

⁶⁷ Testimonio de José Estefan Acar, en Martha Díaz de Kuri y Lourdes Macluf, *De Líbano a México. Crónica de un pueblo migrante*, México, Creatividad y Diseño, 1995, p. 46.

⁶⁸ “Continué reflexionando en mis ideas durante el trayecto, las ideas que me atormentaban porque en ellas se resolvían mis primeras vivencias en Veracruz, la soledad, el sentirme extraño, extranjero, el recibir esporádicamente insultos de muchachos con quienes no podía comunicarme.” Jorge Nacif Mina, *Crónicas de un inmigrante libanés en México (Charlas de Jorge Nacif Elias)*, México, Instituto Cultural Mexicano Libanés, 1995, p. 19.

[...] la necesidad provocó que, cotidianamente, fuera conociendo palabras en español. Poco a poco el sentido negociador fue mejorando y la “gracia” con la que yo hablaba, según el decir de unas personas, me ayudaba a colocar la mercancía ‘saniora, mira usted que bonita la beineta, el belo de usted se adorna mi bien... si no te gusta no la bagas...’ Cada vez que pronunciaba de esa forma la gente se reía... y la verdad, yo también, pero realmente aprovecha la situación haciendo creer a los demás que no me daba cuenta que la supuesta alegría era por burla a mi persona, pero nunca me importó mucho, aunque por las noches las lágrimas rompieran la soledad.⁶⁹

La memoria de Nacif también registra episodios tan violentos como los descritos en tono cómico en *Nagulás y Laburio*. La violencia representada en la tira, así como otros aspectos de la relación entre los inmigrantes de Medio Oriente y los mexicanos, no sólo era una invención con fines humorísticos sino que estaba inspirada en situaciones reales o por lo menos verosímiles y muestran la relación que mantenían mexicanos y este grupo de extranjeros.

Sin pensarlo mucho continué asistiendo a mi trabajo, pero al mismo tiempo iniciaron ciertos conflictos con los panaderos, los que me molestaban y se burlaban de mi forma de hablar todo el tiempo; ahí me salió lo Nacif, y sintiéndome apoyado por la familia Kuri me defendía sin temor alguno. Una vez, al salir de la panadería, uno de ellos me agredió pegándome con una tabla por detrás, Manuel alcanzó a gritarme, pero fue tarde, el golpe me aventó a la pared lastimándome la cara, la sangre me brotó de la cabeza, lo que me indignó mucho, y sin pensarlo me le enfrenté, no me importó su fortaleza ni estatura; después de quitarme algunos golpes le pegué una serie de derechazos que lo dejaron tirado, lleno de sangre y de manchas rojas en la cara. Me retiré del lugar ante la mirada incrédula de la gente, ¡el arabito había golpeado a uno de los más agresivos panaderos del centro de Mérida!⁷⁰

Por otro lado, también ha sido registrada la existencia de sentimientos anti-árabes que se manifestaron no sólo en la prensa, sino en numerosas quejas enviadas a dependencias de gobierno durante las décadas de los veinte y treinta, tanto por parte de comerciantes como de otros ciudadanos.⁷¹ A su vez, la animadversión contra los inmigrantes de Medio Oriente y especialmente la campaña orquestada en contra de los aboneros por distintos grupos de

⁶⁹ *Ibid.*, p. 29. Los testimonios de que los aboneros eran víctima de las burlas de sus clientes por su forma de hablar son numerosos, otro ejemplo más se puede encontrar en Ramírez, *Secretos...*, *op. cit.*, p. 236.

⁷⁰ *Ibid.*, p. 46

⁷¹ Sobre los sentimientos anti-árabes y las quejas contra los inmigrantes de Medio Oriente vid. Alfaro-Velcamp, *op. cit.*, p. 100-108. Otro ejemplo de estas quejas puede consultarse en Mario Barbosa Cruz, *El trabajo en las calles. Subsistencia y negociación política en la ciudad de México a comienzos del siglo XX*, México, Colmex/UAM-C, 2008, p. 253. En este último trabajo también estudia las condiciones a las que se enfrentaron los aboneros árabes en su trabajo diario en las calles.

presión también provocó el endurecimiento de las restricciones migratorias contra los migrantes provenientes de esta región.⁷²

Sin embargo, a la par de estas anécdotas otros inmigrantes como Nacif Mina también dan testimonio de sus relaciones de amistad con mexicanos, de cómo no sólo conocía personas que lo agredían sino “buenas personas que me enseñaron el idioma español, a entender ciertas actitudes o formas de muchos de los vecinos del barrio y a moverme por la ciudad.”⁷³ Las actitudes racistas y xenófobas que enfrentaban los aboneros y los inmigrantes de medio oriente en general convivían con actitudes de solidaridad y amistad.

En el periódico sólo se registra una anécdota de cómo recibió la comunidad de inmigrantes de Medio Oriente las bromas que aparecían cada domingo en las páginas de *El Universal*. El 1º de diciembre de 1929, como parte de una serie de conciertos organizados por el periódico editor de *Nagulás y Laburio*, Manuel Montalvo fue invitado a personificar al abonero de su creación. Las palabras del humorista, que fueron reproducidas por el mismo diario, hacían una apretada síntesis del estereotipo del abonero, desde su forma de hablar hasta los lugares comunes sobre su origen y las labores a las que se dedicaban.

Los bariodistas donde yo trabaja todos los domingos bara davertir al chaquitos, lo bidieron a mi qui lo habla bur radio y que lo cuenta a ostedes algo di ma vidas. Rábedamente lu va a blaticar burque tiene qui asistir al sesión di la Onión di Aboneros dil Dastrito Federal. Aunque yo tiene barmiso dil Bresedente Salomón, no quiere faltar burque lo va a tratar un coestión muy embortante: il contrabandos di sedas y mis baisanos tiene mucho miedo de que lo ablican a ellos il Ardéculo Trentetrés.

Soy di Bayrut, Siria. Soy seriaco. Mi badre, besnieto dil Brafera Majúma, tiene en mi baís blantación di sabollas y rabaños di chivos que es il comidas bredelecta di nostros. Mi tío Asbaradión vino a Méjuco hace veinte años, burque il Soltán lo quiere embujar a él al Sarrallos como eunucos y lo beló gallo del Siria. Yo hace boquito tiempo qui llegué, burque il Bresedente di Torquía, Mustafá Kemal Bachá, quiere qui todos los otomanos lo quitan sus begotes como il eurobeos y yo adora mi begotes.

Cuando yo llego aquí, mi tío Absbaridión lo tiene un buesto en il Lagunillas. Lo dio a mi bargancia y así comienzé il cumercio. Un día, lo encuentra un barchante bariodista qui lo brubone bara mi qui lo entre al ONIVERSAL bara trabajar y yo lo acebta.⁷⁴

⁷² Yankelevich, *¿Deseables...*, *op. cit.*, p. 41-44.

⁷³ *Ibid.*, p. 32 y 33

⁷⁴ “Palabras de Nagulás”, en *El Universal*, 8 de diciembre 1929, 4ª sección, p. 3 Es de notar que en este caso como en otros la historia del origen del personaje de Nagulás variaba, si en otros momentos se decía que el personaje había llegado a México desde el Porfiriato, en este caso era un inmigrante recién llegado. De nuevo el personaje volvía a asumir la identidad de un abonero distinto según la conveniencia de su creador.

Montalvo, cuyo principal talento era la imitación de acentos extranjeros, continuaba su discurso con un dialogo entre Nagulás y Sam Lee, el personaje chino que había aparecido en algunos episodios de su historieta, y lo finalizaba permitiéndole al abonero hacer anuncio de su mercancía para los radioescuchas de la emisión. Aunque en este caso el personaje de historieta era traducido a un sketch cómico, este seguía las principales líneas de la tira.

Tiempo después Montalvo mencionaba brevemente durante una entrevista con el periódico las reacciones que había desatado su discurso en la radio.

—¿Has vivido bastante entre árabes, a juzgar por lo bien que los describes?

—Algo. Pero desde que salió “Nagulás” ya no me estiman como antes. Piensan que mi personaje no le hace mucho favor. (Cuestión de interpretaciones). Basta decirles que una vez “la hacía” de Nagulás” por radio y que no había terminado cuando ya estaban llamando por teléfono al estudio de la difusora para decirme cosas que no son para repetírselas a ustedes...⁷⁵

A pesar de que, en comparación con las representaciones más racistas y xenófobas, *Nagulás y Laburio* mostraba una imagen mucho más amable de los aboneros “árabes”, sin duda el escarnio que se hacía de ellos en la historieta era suficiente para disgustar a los retratados. Montalvo sin embargo pronto reviró a los insultos que había provocado su aparición en la radio parodiando el evento en su historieta. Unas semanas después de que aconteciera el episodio relatado, en la entrega dominical de la tira apareció Nagulás anunciándose por la radio e invitando a los radioescuchas a comer chivo y cebollas, “Il comidas bredilecto de nosotros los árabes”. Un grupo de aboneros escuchaba la emisión y se ofendían por la dieta que se les imputaba; sin embargo, el grupo era representado junto con un chivo y algunas cebollas, insinuando que los señalamientos que el autor hacía eran ciertos (**Imagen 3.41**). El grupo se organizaba para esperar a Nagulás fuera de la estación donde le propinaban una paliza, mientras los camilleros de la cruz roja retiraban al golpeado, uno de ellos describía lo que le había sucedido al abonero: “Le aplicaron la acción directa sus paisanos de la mafia árabe.”

⁷⁵ “Florestán”, “Los humoristas mexicanos. Nagulás...”, *op. cit.*, p. 43.

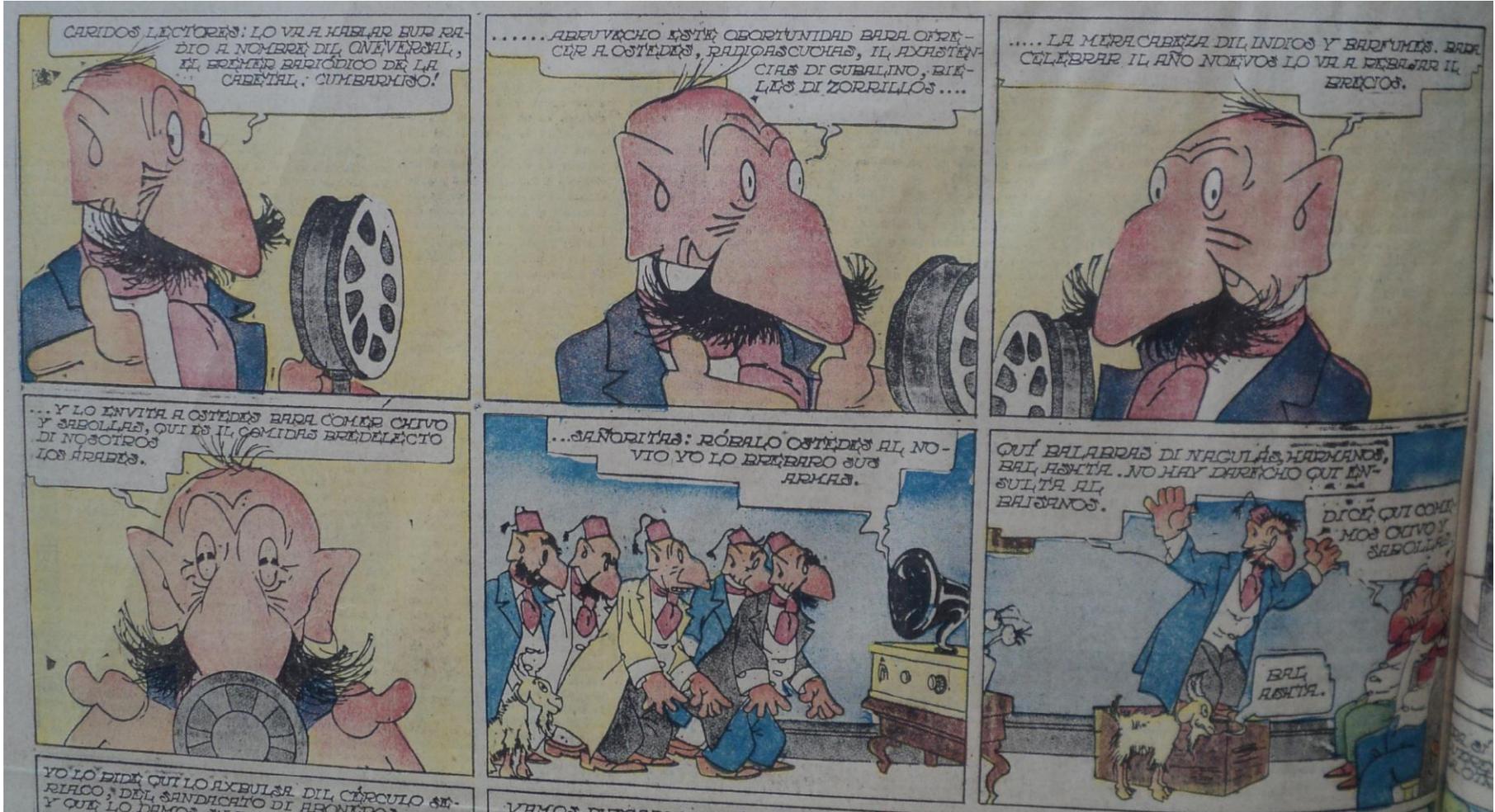


Imagen 3.41
 Manuel A. Montalvo Solís "Nagulás" y Hugo Tilghman "Foxi", Nagulás y Laburio, detalle, *El Universal*, 29 de diciembre 1929, Magazine para todos, p. 12.

El mensaje de Montalvo era bastante claro, aunque aquellos en los que se había inspirado para crear a Nagulás se inconformaran, él seguía sosteniendo que los rasgos que asignaba a sus personajes estaban basados en la realidad y caricaturizaba los insultos que había recibido vía telefónica en la golpiza que recibía Nagulás, que no olvidemos era el seudónimo del propio autor. A fin de cuentas Montalvo no consideraba que su representación de los aboneros fuera racista, aunque sin duda lo era, y no estaba en sus intenciones el alinearse con la campaña en contra de los aboneros, de la cual se burlaba en numerosas ocasiones en la tira. Para este humorista el personaje de Nagulás no era una visión prejuiciosa o despectiva de los aboneros “árabes”, era más bien una representación socarrona de un grupo de extranjeros con los que había trabado amistad.

A pesar de que la tira reprodujera numerosos elementos de un estereotipo racista, al convertir al abonero en un personaje simpático estableció un posible camino de integración de los inmigrantes de Medio Oriente como parte de la sociedad mexicana. Aunque sabemos que el “turco” o “árabe” como personaje cómico existía en el mundo del teatro de carpa desconocemos si en ella predominaba el escarnio a la figura o contaba con cargas de simpatía similares a las de Nagulás; pero más allá de la originalidad del personaje su existencia prefiguró la integración de estos inmigrantes al imaginario nacional por la vía de la comedia. Con el auge del cine nacional personajes muy similares a Nagulás comenzaron a aparecer una y otra vez en las comedias mexicanas, especialmente durante los años cuarenta. La figura del libanés fue inmortalizada por el actor Joaquín Pardavé en su actuación en *El baisano Jalil* (1942) y *El barchante Neguib* (1944); sin embargo, personajes similares aparecieron en numerosas películas como *Arriba las mujeres* (1943), *La pícara Susana* (1944), *Dos tipos de cuidado* (1952), entre otras.⁷⁶

El estereotipo del libanés en el cine tenía sus orígenes en el abonero de Montalvo, y reflejaba los cambios que había atravesado la figura, y los mismos inmigrantes de Medio Oriente a lo largo de dos décadas. Estos personajes estaban muchas veces inmersos en dramas familiares que incluían una generación de hijos de inmigrantes nacidos en el país, y

⁷⁶ Julia Tuñón, “Españoles y libaneses en pantalla. La imagen filmica mexicana de los años cuarenta”, en *Antropología*, n. 44, 1996, p. 54-66. En este mismo artículo se puede ver como el estereotipo de los españoles también perduró en el cine de manera similar al que existía en las caricaturas. Por otro lado, los libaneses invadieron la industria cinematográfica durante las siguientes décadas como actores, directores, productores, músicos y cantantes. Carlos Martínez Assad, “La presencia de los libaneses en el cine mexicano”, en *Los Universitarios*, n. 30, 2003, p. 45-52.

sus historias reflejaban una comunidad con años de residencia en el mismo, alejándose en algunos casos del oficio de comerciantes ambulantes y convirtiéndose en dueños de exitosos almacenes comerciales, como en *El baisano Jalil*, donde se podía ver el camino que había recorrido un personaje desde ser un abonero hasta ser un acaudalado empresario. Numerosos elementos de *Nagulás* y *Laburio* estaban presentes en estas comedias y algunos incluso eran llevados más allá. Por ejemplo, los alegatos de ser mexicano, que en boca de Nagulás eran absurdos y el motivo de numerosas bromas, tomaban tintes dramáticos en voz de Pardavé cuando los padres de un hijo de libaneses era rechazado por una mujer mexicana de una decadente familia aristocrática.⁷⁷

—Que le hemos de hacer no fue nuestra culpa no nacer aquí.

—¿Yo no he trabajado como si fuera majicano?¿No he hecho bor esta batria bás que toda esa familia? ¿No quiero a México como si fuera mi bropia batria?¿El hijo de mi alma no es majicano?⁷⁸

El estereotipo era retomado al pie de la letra con claras intenciones de inclusión, pero sin evitar la burla de la que eran objeto los inmigrantes por sus costumbres y su forma de hablar.⁷⁹ *Nagulás* y *Laburio*, así como los personajes libaneses en el cine mexicano eran representaciones racistas, pero muy diferentes del discurso abiertamente contrario a la presencia de estos grupos en el país. Son por un lado testimonio de cómo la discriminación era una actitud cotidiana que no se articulaba en todos los casos en expresiones más violenta, pero por otro resultaron la vía por la que la sociedad mexicana reconoció la integración de los inmigrantes de Medio Oriente a sus vidas cotidianas, a veces incluso aceptándolos como amigos.

⁷⁷ En este caso los personajes sí eran explícitamente libaneses y no guardaban una relación ambigua con su nacionalidad como Nagulás. Sin embargo, dentro de figura del libanés se seguía incluyendo otras, como la del judío. En una entrevista el productor de *El baisano Jalil*, Gregorio Wallerstein, de origen judío, respondía a la pregunta de porqué había hecho una película sobre libaneses y no sobre judíos, que el “quería que el mexicano que viera estas películas reconociera cómo estos extranjeros se rinden ante el amor que sus hijos siente por el país y se involucra en ese amor por México [...] Yo hubiera querido ejemplificar con el judío, pero en los cuarenta no era un buen ejemplo, en esa época los judíos, en los países latinoamericanos, eran los descendientes de los que mataron a Cristo.” Entrevista a Gregorio Wallerstein, realizada por Jaya Torenberg (1988) citada en Natalia Gurvich Peretzman, “Ni muy asimilados ni tan aculturados. La juventud ashkenazí, su adaptación y organizaciones”, en Shulamit Goldsmit y Natalia Gurvich Peretzman (coords.), *Sobre el judaísmo mexicano: Diversas expresiones de activismo comunitario*, México, Universidad Iberoamericana, 2009, p. 27

⁷⁸ *El baisano Jalil* (1942)

⁷⁹ Tuñon, *op. cit.*

Un caso reportado por *El Universal* durante la década de los cuarenta es claro ejemplo de que la violencia contra los inmigrantes de Medio Oriente existió a la par de una progresiva inclusión, y a la vez de como el humor, aunque sea valorado desde ahora como expresión de cierta aceptación, podía ser profundamente violento para aquellos que eran su víctima. Bajo el titular de “Protegió la policía a un par de pícaros” el diario reportaba en 1942 cómo un grupo de obreros de la Cervecería Modelo casi había linchado a dos integrantes del Partido de la Revolución Mexicana que estaba asaltando al “árabe” Elías Salomón Sheab.⁸⁰ Sorprendentemente los obreros salieron en defensa del “árabe”, lo cual de por sí es testimonio de como el racismo y xenofobia imperante no imposibilitó otro tipo de relaciones entre extranjeros y mexicanos. Al día siguiente los acusados se presentaron al diario para aclarar el accidente y aseguraban “todo es una calumnia por haber jugado una broma al mencionado Sheab.”⁸¹

⁸⁰ *El Universal*, 5 de julio 1942, 1ª sección, p. 12.

⁸¹ *El Universal*, 6 de julio 1942, 2ª sección, p. 1.

Conclusiones

La sustitución en 1927 de *El Universal* de las historietas estadounidenses en sus páginas dominicales por tiras cómicas de “tema nacional”, representaba sobre todo la adopción del nacionalismo como recurso comercial de moda. La nacionalización de la sección cómica, que había sido realizada tan afanosamente por el diario, comenzó a dar marcha atrás a partir de 1931, tan sólo cuatro años después de que el periódico realizara su concurso de historietas. A partir de marzo de este año las producciones estadounidenses comenzaron a retomar la sección de la que habían sido expulsadas, se reorganizó el material nacional y se incluyeron dos tiras importadas, *Félix the cat* y *Laura*.

Aunque todas las tiras mexicanas mantenían su lugar y se agregaban dos importadas, se había reducido el espacio ocupado por los historietistas nacionales que cada día tendrían menos páginas. *Nagulás* y *Laburio* desapareció por un mes para reaparecer al pie de *Mamerto y sus conocencias* en formato de tira. Algunas series menores como *Polilla* y *Kazkiyo*, que había dado la bienvenida entusiastamente a las historietas estadounidenses (**Imagen 4.1**), simplemente dejaron de publicarse; mientras que *Vaciladas de Chupamirto* dejó de ser impresa a colores y pasó a blanco y negro, además de que su tamaño también fue reducido. Este proceso consumó a principios de 1932, cuando se anunció con bombo y platillo el regreso de las historietas estadounidenses, formando un suplemento donde aparecían a color las nacionales *Mamerto y sus conocencias*, *Nagulás* y *Laburio*, *Sr. Pestaña* y *Vaciladas de Chupamirto*; y en blanco y negro dos tiras de los estudios de Walt Disney, *Mickey Mouse* (“El ratón tripitas”), *Bucky Bug* (“El pulgón alegre”), y las dos tiras de Pat Sullivan que se habían publicado desde el año anterior (**Imagen 4.2**).

En esta ocasión el periódico ponía énfasis en la publicación de series que habían tenido éxito mundial, a pesar de que él mismo había tenido duras palabras para las historietas estadounidenses al promocionar las suyas unos años antes. En medio del desenfreno nacionalista empujado por las campañas del Estado el diario “desnacionalizó” su suplemento dominical y al comenzar 1933 el material importado ganó aún más terreno al sumársele dos tiras de Ad Carter, *Just Kids* (“Chiquilladas”) y



Imagen 4.1
Andrés Audiffred, *Polilla y Kazkiyo*, *El Universal*, 29 de marzo 1931. 2ª sección cómica. n. 1.

Mañana DOMINGO



En Nuestra Sección Cómica las Ocho Mejores Historietas;
4 Mexicanas y 4 Extranjeras, de Exito Mundial

**RATON TRIPITAS,
GATO FELIX,
LAURA LA COTORRA,
y EL PULGON ALEGRE**

**MAMERTO,
NAGULAS,
PESTAÑA
y CHUPAMIRTO**

Imagen 4.2
El Universal, 14 de febrero 1932, 1ª sección, p. 11.

Nicodemus O'Malley (“Romeo”); y dos tiras de Elzie Segar, *Popeye* (“Castor y Polux”) y *Sapo*. La inclusión de más material importado implicó que las historietas mexicanas dejaran el suplemento cómico, que ahora publicaba ocho tiras importadas totalmente a color, y pasaran a refugiarse a un renacido “Magazine para todos”. En esta sección *Mamerto y sus conocencias* y *Sr. Pestaña* se dividían a la mitad la última página a color, mientras que *Nagulás y Laburio* y *Vaciladas de Chupamirto* se vieron reducidas a tiras interiores en blanco y negro.

Aunque varias de estas tiras continuaron siendo publicadas durante varios años lo harían en espacios marginales. *Mamerto y sus conocencias* se publicó hasta los años cuarenta, convertida en historieta interior en blanco y negro a cargo únicamente de Hugo Tilghman. A partir de 1942 se vio reducida a una sola tira, en la que —sin los guiones de Acosta— el dibujante se limitaba a contar chistes en voz del personaje. La figura regordete e ignorante de Mamerto era inadecuada para una época donde el charro galante se convirtió en el personaje estelar de una boyante industria cinematográfica, poblando las historietas en esa nueva encarnación. El charro estaba destinado a permanecer en el imaginario nacional, y aunque Mamerto había contribuido a posicionarlo en la publicidad y los medios impresos poco tiene que ver con el estereotipo del mismo construido desde el cine, mucho más cercano al cowboy de la propia cinematografía estadounidense.

Chupamirto acabó siendo absorbido por la figura de este Cantinflas, apareciendo incluso historietas de manos del mismo Acosta llamadas *Cantinfladas*. *Sr. Pestaña* permaneció en el diario hasta 1942, cuando quedó sin continuación un episodio donde los personajes discutían sobre la ruptura de relaciones entre México y los países del eje, y evaluaban la posibilidad de incorporarse a la guerra en el territorio chino. *Nagulás y Laburio* se publicó como tira por lo menos hasta 1935, y cuando desapareció totalmente sus personajes se volvieron parte del elenco de *Mamerto y sus conocencias* y *Vaciladas de Chupamirto*. En su última etapa, y en las apariciones de sus protagonistas como personajes secundarios, la historieta se limitó a replicar los chistes más básicos del estereotipo del abonero árabe, funcionando más el personaje de Nagulás como un Patiño que como el héroe tan celebrado por Montalvo. Sin embargo, la aproximación que este autor había tenido al personaje perduró dentro de las apariciones de personajes similares en la cinematografía nacional.

Si bien la publicación de historietas hechas en México era un novedoso recurso publicitario en 1927, para la siguiente década éste se vio rebasado por otros espacios como la radio y el cine. El surgimiento a principios de la década de los treinta de revistas exclusivamente de historietas produjo que este género siguiera un rumbo distinto al que había recorrido en los espacios dominicales de la prensa diaria. Las historietas y caricaturas de *El Universal*, que habían surgido bajo la impronta modernizadora del periodismo estadounidense y la moda del nacionalismo, tuvieron una vida corta y su importancia parece escasa ante la magnitud que industrias del entretenimiento como el cine alcanzarían en las décadas siguientes. Sin embargo, la importancia que *El Universal* les dio y su amplia difusión para los estándares de la década de los veinte, hacen que sean de suma importancia como fuente histórica.

La publicación de historietas estadounidenses en las páginas de la prensa mexicana fue uno de los numerosos espacios donde la influencia cultural del país del norte comenzó a incidir en los derroteros de la cultura nacional. A través de las tiras cómicas importadas los artistas mexicanos absorbieron una nueva tradición gráfica, además de una serie de nuevas temáticas y estructuras narrativas. Más importante aún es el hecho de que la publicación de historietas importadas trajo consigo la aparición del modelo de vida estadounidense domingo a domingo en las páginas de los periódicos capitalinos. Cuando surgieron los primeros historietistas nacionales, estos tomaron inevitablemente el molde de la historieta estadounidense, reajustándolo a las exigencias locales a través de personajes tan estereotípicos como el charro.

Mamerto y sus conocencias surgió como resultado de la voluntad del periódico de ajustarse a los incipientes códigos del nacionalismo, a la par que sirvió como punta de lanza de la publicidad durante el cambio de década entre los años veinte y treinta. Tanto esta historieta como el concurso del símbolo de México fueron partes de un esfuerzo consciente de generar una figura que permitiese sintetizar a la nación mexicana, a la vez que sirviese como estandarte publicitario y se contrapusiera a las imágenes denigrantes del mexicano surgidas en el extranjero. El charro era una figura ideal para esto porque ya existía como referente y tenía cierta difusión. Además, por su carácter rural el charro era idóneo para oponerse a la “denigrante” imagen del mexicano eternamente descansando a la sombra de

un nopal ampliamente difundida en Estados Unidos; a la par que podía encarnar valores como la gallardía y la hombría.

A pesar de la capacidad de la figura para alzarse como representación por excelencia de lo nacional, no cabe duda que durante los veinte buena parte de los imaginarios modernos sobre el charro estaban en construcción y era aún terreno de numerosas disputas ideológicas. En este sentido, la figura de Mamerto es paradójica ya que aunque en primera instancia parecería ser simple expresión del nacionalismo propugnado desde la élite, también es un retrato del rechazo del mundo urbano hacia los migrantes rurales que invadían la ciudad, sin importar si estos eran acaudalados terratenientes o campesinos “ignorantes”. Sin que esto fuera un impedimento *El Universal* asumió la bandera del nacionalismo a través de la aparición de un charro chaparro, panzón y maltratado por su mujer en su sección dominical y logró que su personaje se popularizara en diversos ámbitos, buscando principalmente atraer a más lectores y anunciantes. Mamerto fue además uno de los primeros charros famosos, prefigurando la profusión con la que la figura aparecería en los medios durante las siguientes décadas; y su presencia constante en el diario y en los medios colaboró a la instauración del charro como figura desligada de muchas de sus cargas y atributos originales. Una de las intenciones de Hugo Tilghman al diseñar el aspecto gráfico de Mamerto era crear un personaje que fuera reconocido sin importar cómo estuviese vestido; pero lo que este charro bigotudo y panzón ayudó a lograr fue que “el charro” fuese fácilmente reconocido sin importar quien ocupaba sus vestimentas.

Los extranjeros fueron otro de los protagonistas de las secciones cómicas de *El Universal*. Sus apariciones en las caricaturas e historietas del diario se caracterizaron por responder a estereotipos claramente identificables a partir de ciertos signos como su indumentaria y características físicas, así como su manera de hablar, y eran franca expresión del racismo y la xenofobia presentes en la sociedad mexicana. La creación de estos estereotipos respondió a factores muy específicos como los oficios a los que se dedicaban. Los oficios que ponían en contacto directo a mexicanos y extranjeros, como el comercio o los restaurantes, tuvieron un impacto mayor en determinar estos imaginarios.

El humorismo es una importante fuente para examinar la relación entre extranjeros y mexicanos, y resulta complementaria a los discursos de las organizaciones racistas y los

generados desde otras esferas sociales. Debido a que el humor debía responder a situaciones cotidianas inteligibles a amplios sectores de la población, los temas que aborda nos remiten a la relación cotidiana entre mexicanos y extranjeros. Si los estereotipos sirven, como Gordon Allport afirmaba, para justificar nuestro rechazo a ciertos grupos, hay que ver a los imaginarios que aparecen en la historieta sobre los extranjeros —y también sobre los migrantes rurales llegados a la ciudad— como la legitimación del racismo de la Ciudad de México hacia aquellos que eran considerados como invasores de este espacio. La comparación entre las expresiones más violentas, como las del movimiento antichino, con las del humorismo permiten ver que aunque ambos tenían como común denominador el racismo, el discurso humorístico carecía de un carácter propagandístico y consignaba actitudes distintas al rechazo y hostilidad. Si las caricaturas del movimiento antichino tenían el claro propósito de promover la expulsión de los chinos del país, el humorismo de *El Universal* sobre los extranjeros se limitó a reivindicar la superioridad del mexicano sobre cualquier inmigrante. Sin embargo, al mantener los imaginarios racistas y xenofóbicos el humor étnico colaboró para que la sociedad se mantuviera hostil hacia la presencia de extranjeros en el país.

Por otro lado, no todas las nacionalidades recibieron el mismo trato de la mano de los caricaturistas e historietistas y existen diferencias entre cómo se conceptualizaba a diferentes grupos. Aunque dentro del espectro de representación de los chinos se podían retratar casos de buenas relaciones entre ellos y los mexicanos, la diferencia es notable si se compara con el caso de los inmigrantes de Medio Oriente. Si bien en ambos había un discurso violento que convivía con representaciones más benévolas, es claro que la posibilidad de convivencia con los chinos, por lo menos en el plano de la representación, era menor. Mientras que otros grupos lograron trascender el rechazo inicial, los chinos enfrentaron siempre una hostilidad casi absoluta en el plano del humor y en la realidad.

Bajo la figura de los aboneros se agruparon una serie de extranjeros que pertenecían a diversas adscripciones nacionales y étnicas. Esta figura sirvió como punto de partida para conceptualizar a la inmigración que venía de Medio Oriente y fue a través de ella que se comenzó a gestar una visión aceptable de la misma. *Nagulás y Laburio* es un testimonio esencial para conocer el mundo de estos comerciantes que fueron una presencia constante en las calles de la capital mexicana durante las primeras décadas del siglo XX. Esta

historieta no se limitó a mofarse de las dificultades que Nagulás experimentaba con el idioma y la cultura sino que lo convirtió en un héroe en un país que le era extraño y ajeno. En los episodios de la serie se refleja la hostilidad a los que estos personajes se enfrentaron cotidianamente, especialmente en su papel como comerciantes, pero también la existencia de relaciones que les permitieron establecerse a largo plazo.

Nagulás como encarnación del abonero, un personaje vilipendiado en la época como un usurero explotador de las clases populares, se convirtió en la posibilidad de que un grupo inicialmente rechazado y señalado como indeseable pudiese integrarse a la sociedad mexicana. El personaje no era obra de un inmigrante y representaba una visión de esta inmigración desligada de los intereses comerciales críticos de la presencia de estos comerciantes ambulantes, que ofrecían crédito a sectores sin acceso a él. A la larga, personajes igual de estereotípicos como los de *El baisano Jalil* seguirían el mismo camino del humor para realizar alegatos cómicos sobre el derecho de estos inmigrantes a ser reconocidos como mexicanos. Este personaje representa un ejemplo de la ambigüedad que enfrentaron los extranjeros en México, podían ser bien recibidos, pero también la víctima de los actos de xenofobia más violentos, y otras veces podían ser objeto de ambas actitudes al mismo tiempo.

Bibliografía

Alfaro-Velcamp, Theresa, *So far from Allah, so close to México. Middle Eastern immigrants in modern Mexico*, Austin, Texas, University of Texas Press, 2007, 272 p.

Alfaro-Velcamp, Theresa, “La recepción ambivalente: los inmigrantes del Medio Oriente en la Laguna durante los siglos XIX y XX”, en Delia Salazar (coord.), *Xenofobia y xenofilia en la historia de México, siglos XIX y XX. Homenaje a Moisés González Navarro*, México, Instituto Nacional de Migración/Centro de Estudios Migratorios/Instituto Nacional de Antropología e Historia, 2006, 518 p., p. 279-308.

Allport, Gordon W., *The nature of prejudice*, Nueva York, Anchor, 1958, 496 p.

Anderson, Benedict, *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, 2ª ed., México, Fondo de Cultura Económica, 2007, 315 p.

Apte, Mahadev L., *Humor and laughter. An anthropological approach*, Nueva York, Cornell University Press, 1985, 317 p.

Aurrecoechea, Juan Manuel y Armando Bartra, *Puros Cuentos. La historia de la historieta en México, 1874-1934*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Museo Nacional de Culturas Populares/Grijalbo, 1988, 291 p.

Aurrecoechea, Juan Manuel, *El Universal. Espejo de nuestro tiempo. 90 años de El Gran Diario de México*, México, MVS Editorial, 2006, 240 p.

Aurrecoechea, Juan Manuel, *La revolución mexicana en el espejo de la caricatura estadounidense*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Landucci, 2012, 235 p.

Aviña, Rafael, “El cine rural y la comedia ranchera”, en *Charrería. Origen e historia de una tradición*, México, Federación Mexicana de Charrería, 2010, p. 397 p., p. 200-251

Azuela de la Cueva, Alicia, *Arte y poder. Renacimiento artístico y revolución social, 1910-1945*, México, Fondo de Cultura Económica/El Colegio de Michoacán, 2005, 377 p.

Badú, Antonio y Jorge Mejía Prieto, *Sortilegio de vivir. La vida de Antonio Badú*, México, Diana, 1993, 159 p.

Barajas Durán, Rafael, *Posada: mito y mitote. La caricatura de José Guadalupe Posada y Manuel Alfonso Alamilla*, México, Fondo de Cultura Económica, 2009, 548 p.

Barajas Durán, Rafael, *El país de “El llorón de Icamole”. Caricatura mexicana de combate y libertad de imprenta durante los gobiernos de Porfirio Días y Manuel González (1877-1884)*, México, Fondo de Cultura Económica, 2007, 407 p.

Barajas Durán, Rafael, *El país de "El Ahuizote". La caricatura mexicana de oposición durante el gobierno de Sebastián Lerdo de Tejada (1872-1876)*, México, Fondo de Cultura Económica, 2005, 324 p.

Barbosa Cruz, Mario, *El trabajo en las calles. Subsistencia y negociación política en la ciudad de México a comienzos del siglo XX*, México, El Colegio de México/Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa, 2008, 291 p.

Bartra, Roger (comp.), *Anatomía del mexicano*, México, Debolsillo, 2005, 318 p.

Bartra, Roger, *La jaula de la melancolía. Identidad y metamorfosis del mexicano*, México, Debolsillo, 2005, 302 p.

Beegan, Gerry, *The mass image. A social history of photomechanical reproduction in Victorian London*, Gran Bretaña, Palgrave Macmillan, 2008, 302 p.

Billig, Michael, "El nacionalismo banal y la reproducción de la identidad nacional" en *Revista Mexicana de Sociología*, v. 60, n. 1, 1998, p. 37-57.

Boskin, Joseph, Sambo. *The Rise and demise of an American jester*, Tennesse, Oxford University Press, 2010, 252 p.

Boskin, Joseph y Joseph Dorinson, "Ethnic Humor: Subversion and survival", en *American Quaterly*, v. 37, n. 1, primavera, 1985, p. 81-97.

Camacho Morfín, Thelma, "Las revoluciones del lenguaje gráfico en la prensa mexicana, el caso de la caricatura 1900-1950", ponencia presentada en la *XIII Reunión de Historiadores de México, Estados Unidos y Canadá*, Querétaro, 2010, 16 p.

Camacho Morfín, Thelma, *Las historietas de El Buen Tono de Juan B. Urrutia, 1909-1912*, México, Instituto Mora, 2002, 123 p.

Camacho Morfín, Thelma, "La 'zoociedad' en monitos. Historieta y cultura popular", Tesis de Licenciatura en Historia, México, Universidad Nacional Autónoma de México/Escuela Nacional de Estudios Profesionales-Acatlán, 1993, 129 p.

Cardoso Vargas, Hugo Arturo, "Rosa y Federico. Novela ilustrada contemporánea", en *Revista Latinoamericana de Estudios sobre la Historieta*, La Habana, Cuba, v. 2, n. 8, diciembre de 2002, p. 240-252.

Carreño King, Tania, *"El charro". La construcción de un estereotipo nacional, (1920-1940)*, México, Federación Mexicana de Charrería/Instituto Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana, 2000, 95 p.

Carrasco Puente, Rafael, *La caricatura en México*, México, Imprenta Universitaria, 1953, 322 p.

Castellanos Guerrero, Alicia (coord.), *Imágenes del racismo en México*, México, Universidad Autónoma de México-Iztapalapa/Plaza y Valdez, 2003, 360 p.

Castillejos Río, José Manuel, “La prensa mexicana y los migrantes aboneros: 1920-1940”, Tesis de Maestría en Historia y Etnohistoria, México, Escuela Nacional de Antropología e Historia, 2010, 107 p.

Chao Romero, Robert, *The Chinese in Mexico, 1882-1940*, Tucson, Arizona, The University of Arizona Press, 2010, 254 p.

Chinen, Noboyushi, “A presença do negro nos quadrinhos latino-americanos: uma breve história. O caso do Brasil”, ponencia presentada en *Primer Congreso Internacional de Historietas. Viñetas Serias*, Buenos Aires, Argentina, 2010, 15 p.

Cruz, Porchini, Dafne, “Al principio fue el chinaco”, en *Charrería. Origen e historia de una tradición*, México, Federación Mexicana de Charrería, 2010, 397 p., p. 26-50.

Cuéllar, Alfredo B., *Charrerías*, México, Imprenta Azteca, 1928, 271 p.

Dávila Valdés, Claudia, “Historia comparada de dos experiencias migratorias: coreanos y súbditos del imperio otomano en Yucatán (1880-1916)”, en *Península. Revista Semestral*, v. V, n. 2, otoño 2010, p. 37-60.

Departamento de Estadística Nacional, *Resumen del Censo General de Habitantes*, México, Talleres Gráficos de la Nación, 1928, 203 p.

Díaz Arciniega, Víctor, *Querrela por la cultura “revolucionaria” (1925)*, 2ª ed., México, Fondo de Cultura Económica, 2000, 258 p.

Díaz de Kuri, Martha y Lourdes Macluf, *De Líbano a México. Crónica de un pueblo migrante*, México, Creatividad y Diseño, 1995, 284 p.

Dovidio, John F., Peter Glick y Laurie A. Rudman (eds.), *On the Nature of Prejudice. Fifty years after Allport*, Massachusetts, Blackwell, 2005, 465 p.

Dovidio, John F., Peter Glick and Laurie A. Rudman, “Introduction: Reflecting on The Nature of Prejudice: Fifty years after Allport” en John F. Dovidio, Peter Glick y Laurie A. Rudman (eds.), *On the Nature of Prejudice. Fifty years after Allport*, Massachusetts, Blackwell, 2005, p. 1-15.

Eastman, Max, *Enjoyment of laughter*, Nueva York, Simon and Schuster, 1936, 367 p.

Espinoza, José Ángel, *El problema chino en México*, México, s.p.i., 1931, 290 p.

Espinoza, José Ángel, *El ejemplo de Sonora*, México, s.p.i, 1932, 395 p.

Fabela Quiñones, Guillermo, “La sociedad a través de la plumilla”, en Maya Nava, Alfonso (coord.), *70 años de caricatura en México*, México, Compañía Periodística Nacional, 1988, v. 1, p. 13-26.

Fiore, Robert, “Affectionate, sympathetic and completely racist. Another go-round with racial caricature”, en *The comics journal*, n. 301, 2011, p. 501-511.

Fiorito, Annalisa, “Il fumetto mexicano negli anni del nazionalismo culturale. Studio di un caso: Mamerto y sus conocencias, 1927-1943”, Turín, Universidad de Turín, Facultad de Letras y Filosofía, tesi di laurea, 2002, 205 p.

Funes, Patricia, *Salvar la nación. Intelectuales, cultura y política en los años veinte latinoamericanos*, Buenos Aires, Prometeo, 2006, 442 p.

Gantús, Fausta, *Caricatura y poder político. Crítica, censura y represión en la ciudad de México, 1876-1888*, México, El Colegio de México/Instuto Mora, 2009, 441 p.

García, Santiago, *La novela gráfica*, Bilbao, Astiberri, 2010, 298 p.

Gil Lázaro, Alicia, “¿Hidalgo o gachupín? Imágenes en torno al inmigrante español en el México Revolucionario”, en Agustín Sánchez Andrés, Tomás Pérez Vejo y Marco Antonio Landavazo (coords.), *Imágenes e imaginarios sobre España en México. Siglos XIX y XX*, México, Porrúa/Instituto de Investigaciones Históricas-Universidad Michoacán de San Nicolás de Hidalgo/Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, 2007, 659 p., p. 367-399.

Gómez Izquierdo, José Jorge, *El movimiento antichino en México (1871-1934). Problemas del racismo y del nacionalismo durante la revolución mexicana*, México, Instituto Nacional de Antropología e Historia, 1991, 183 p.

González Mello, Renato, *La máquina de pintar: Rivera, Orozco y la invención de un lenguaje. Emblemas, trofeos y cadáveres*, México, Universidad Nacional Autónoma de México/Instituto de Investigaciones Estéticas, 2008, 441 p.

Gordon, Ian, *Comic strips and consumer culture, 1890-1945*, Estados Unidos, Smithsonian Institution Press, 1998, 233 p.

Grainge, Paul, Mark Jankovich y Sharon Monteith, *Film histories. An Introduction and Reader*, Edinburgh, Edinburgh University Press, 2008, 612 p.

Gubern, Roman, *La Mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*, Barcelona, Gustavo Gili, 1987, 426 p.

Gurvich Peretzman, Natalia, “Ni muy asimilados ni tan aculturados. La juventud ashkenazí, su adaptación y organizaciones”, en Shulamit Goldsmit y Natalia Gurvich Peretzman (coords.), *Sobre el judaísmo mexicano: Diversas expresiones de activismo comunitario*, México, Universidad Iberoamericana, 2009, 238 p., p. 19-60.

Ham Chande, Roberto, “La migración china hacia México a través del registro nacional de extranjeros”, en María Elena Ota Mishima. *Destino México. Un estudio de las migraciones asiáticas a México, siglos XIX y XX*, México, El Colegio de México, 1997, p. 167-188.

Harvey, R. C., “Father was more than just another nut case”, en *George McManus’s Bringing up father*, Nueva York, NBM, 2009, p. 9-15

Heer, Jeet, “Dream big and work hard”, en *Harold Gray’s Little Orphan Annie, 1924-1927*, San Diego, IDW-The Library of American Comics, 2008, 183 p., p. 11-27.

Horne, Maurice, “Comics of the world: a short history”, en Maurice Horne (ed.), *The world encyclopedia of comics*, Estados Unidos, Avon, 1977, 784 p., p. 9-38.

Jost, John T. y David L. Hamilton, “Stereotypes in our culture”, en John F. Dovidio, Peter Glick y Laurie A. Rudman (eds.), *On the Nature of Prejudice. Fifty years after Allport*, Massachusetts, Blackwell, 2005, p. 208-224.

Knight, Alan, “Racism, revolution and indigenismo: México, 1910-1940”, en Richard Graham (ed.), *The idea of race in America Latina, 1870-1940*, Austin, Texas, University of Texas Press, 1990, 143 p., p. 71-113.

Kunzle, David, *The early comic strip. Narrative strips and picture stories in the european broadsheet from 1450 to 1825*, Berkeley: University of California, 1973, 471 p.

Kunzle, David, *The history of the comic strip. The Nineteenth century*, Berkeley, University of California Press, 1990, 391 p.

Lida, Clara E., *Inmigración y exilio. Reflexiones sobre el caso español*, México, Siglo XXI/El Colegio de México, 1997, 174 p.

Lim, Julian, “Chinos and paisanos: Chinese Mexican relations in the borderlands”, en *Pacific Historical Review*, v. 79, n. 1, febrero 2010, p. 50-85.

Lombardo, Irma, *De la opinión a la noticia. El surgimiento de los géneros informativos en México*, México, Kiosko, 1992, 251 p.

Manning White, David y Robert H. Abel (eds.), *The Funnies. An American idiom*, Estados Unidos, Collier-Macmillan, 1963, 304 p.

Manning White, David, “Comics and the american image abroad”, en David Manning White, y Robert H. Abel (eds.), *The Funnies. An American idiom*, Estados Unidos, Collier-Macmillan, 1963, p. 73-79

Marschall, Richard, “A history of newspaper syndication”, en Maurice Horn (ed.), *The world encyclopedia of comics*, Estados Unidos, Avon, 1977, 784 p., p.719-725.

Marschall, Rick y Warren Bernard (eds.), *Drawing power. A compendium of cartoon advertising. 1870-1940*, Seattle, Fantagraphics/Marschall Books, 2011, 124 p.

Martínez Assad, Carlos (Coord.), *De extranjeros a inmigrantes en México*, México, Universidad Nacional Autónoma de México/Programa Universitario México Nación Multicultural, 2008, 598 p.

Martínez Assad, Carlos, “La presencia de los libaneses en el cine mexicano”, en *Los Universitarios*, n. 30, 2003, p. 45-52.

Maya Nava, Alfonso (coord.), *70 años de caricatura en México*, México, Compañía Periodística Nacional, 1988, 2 v.

Merino, Ana, *El cómic hispánico*, Madrid, Cátedra, 2003, 284 p.

Merino, Ana, “Variable identities in the mexican comic strip: Don Catarino in the stereotypical space of the cannibals”, en *International Journal of Comic Art*, n. 8.1, primavera-verano, 2006, p. 362-377.

Merlín, Socorro, *Vida y Milagros de las carpas. Las carpas en México, 1930-1950*, México, Instituto Nacional de Bellas Artes/Centro Nacional de Investigación y Documentación Teatral Rodolfo Usigli, 1995, 234 p.

Monsiváis, Carlos, *La cultura mexicana en el siglo XX*, México, Colegio de México, 2010, 526 p.

Moreno, Julio, *Yankee don't go home! Mexican nationalism, American business culture, and the shaping of modern México, 1920-1950*, North Carolina, The University of North Carolina Press, 2003, 321 p.

Mraz, John, *Looking for Mexico. Modern visual culture and national identity*, Durham, Carolina del Norte, Duke University Press, 2009, 343 p.

Murillo, Gerardo, *Las Artes populares en México*, ed. fac., México, Instituto Nacional Indigenista/Museo Nacional de Artes e Industrias Populares, 1980, 448 p.

Nacif Mina, Jorge, *Crónicas de un inmigrante libanés en México (Charlas de Jorge Nacif Elias)*, México, Instituto Cultural Mexicano Libanés, 1995, 127 p.

Navarrete Maya, Laura, *Excelsior en la vida nacional, (1917-1925)*, México, Universidad Nacional Autónoma de México/Instituto de Investigaciones Filológicas, 2007, 206 p.

Novo, Salvador, *La estatua de sal*, México, Fondo de Cultura Económica, 2008, 204 p.

O'Barr, William M., *Culture and the ad. Exploring otherness in the world of advertising*, San Francisco, Westview Press, 1994, 212 p.

Ortiz Gaitán, Julieta, *Imágenes del deseo. Arte y publicidad en la prensa ilustrada mexicana (1894-1939)*, México, Universidad Nacional Autónoma de México/ Dirección General de Estudios de Posgrado, 2003, 440 p.

Páez Oropeza, Carmen Mercedes, *Los libaneses en México: asimilación de un grupo étnico*, México, Instituto Nacional de Antropología e Historia, 1984, 223 p.

Palomar, Cristina, “El papel de la charrería como fenómeno cultural en la construcción del occidente de México”, en *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe*, n. 76, abril 2004, p. 83-98.

Pastor de María y Campos, Camila, “The mashreq in Mexico. Patronage, property and class in the postcolonial global”, Tesis de Doctorado en Antropología, Los Angeles, California, Universidad de California, 2009, 433 p.

Pérez Montfort, Ricardo, “El charro como estereotipo mexicano”, en *Charrería. Origen e historia de una tradición*, México, Federación Mexicana de Charrería, 2010, 397 p., p. 86-170

Pérez Montfort, Ricardo, “Nación y región en la expresión popular mexicana posrevolucionaria. La construcción de estereotipos regionales en México 1920-1950. El caso del cine ‘mexicanista’”, en Manuel Suárez Cortina y Tomás Pérez Vejo (eds.), *Los caminos de la ciudadanía. México y España en perspectiva comparada*, México, Siglo XXI, 2010, 362 p., p. 284-297.

Pérez Montfort, Ricardo, *Expresiones populares y estereotipos culturales en México. Siglos XIX y XX. Diez ensayos*, México, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, 2007, 321 p.

Pérez Montfort, Ricardo, *Estampas de nacionalismo popular mexicano. Diez ensayos sobre cultura popular y nacionalismo*, 2ª ed., México, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social/Centro de Investigación y Docencia en Humanidades del Estado de Morelos, 2003, 237 p.

Pérez Montfort, Ricardo, *Avatares del nacionalismo cultural. Cinco ensayos*, México, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social/Centro de Investigación y Docencia en Humanidades del Estado de Morelos, 2000, 149 p.

Pérez Montfort, Ricardo, “Por la patria y por la raza” *La derecha secular en el sexenio de Lázaro Cárdenas*, México, Universidad Nacional Autónoma de México /Facultad de Filosofía y Letras, 1993, 228 p.

Pérez Vejo, Tomás, “La extranjería en la construcción nacional mexicana”, en Pablo Yankelevich (Coord.), *Nación y Extranjería. La exclusión racial en las políticas de Argentina, Brasil, Cuba y México*, México, Universidad Nacional Autónoma de México/Programa Universitario México Nación Multicultural, 2009, p. 147-185.

Pérez Vejo, Tomás, “La conspiración gachupina en El Hijo del Ahuizote”, en *Historia mexicana*, v. LIV, n. 4, 2005, p. 1105-1153.

Pérez Vejo, Tomás, “La invención de una nación: la imagen de México en la prensa ilustrada de la segunda mitad del siglo XIX”, en Cecilia del Palacio Montiel (comp.), *Historia de la prensa en Iberoamérica*, México, Altext, 2000, p. 355-369.

Pruneda, Salvador, *Huellas*, México, México Nuevo, 1936, 159 p.

Ramírez, Luis Alfonso, *Secretos de familia. Libaneses y élites empresariales en Yucatán*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1994, 487 p.

Ramírez, Luis Alfonso, “De buhoneros a empresarios: la inmigración libanesa en el sureste de México”, en *Historia mexicana*, v. XLIII, n. 3, 1994, p. 451-486.

Raskin, Victor, *Semantic Mechanism of humor*, Dordrecht, Reidel, 1985, 284 p.

Reyes, Aurelio de los (coord.), *La enseñanza del arte*, México, Universidad Nacional Autónoma de México/Instituto de Investigaciones Estéticas, 2010, 390 p.

Reyes, Aurelio de los, “El nacionalismo en el cine. 1920-1930. Búsqueda de una nueva simbología”, en *El nacionalismo y el arte mexicano (IX Coloquio de Historia del Arte)*, México, Universidad Nacional Autónoma de México/Instituto de Investigaciones Estéticas, 1986, 410 p., p. 273-295.

Robinson, Edward J. y David Manning White, “Who reads funnies and why?”, en David Manning White, y Robert H. Abel (eds.), *The Funnies. An American idiom*, Estados Unidos, Collier-Macmillan, 1963, p. 179-189

Robinson, Jerry, *The comics. An Illustrated History of comic strip art, 1895-2010*, Oregon, Dark Horse Books, 394 p.

Rueda Smithers, Salvador, “Zapata Charro”, en *Charrería. Origen e historia de una tradición*, México, Federación Mexicana de Charrería, 2010, p. 397 p., p. 55-82.

Ruiz Castañeda, María del Carmen, Luis Reed Torres y Enrique Cordero y Torres, *El periodismo en México. 450 años de historia*, 2ª ed., México, Universidad Nacional Autónoma de México/Escuela Nacional de Estudios Profesionales-Acatlán, 1980, 396 p.

Saade Granados, Marta, “México mestizo: de la incomodidad a la incertidumbre. Ciencia y política pública posrevolucionarias”, en Carlos López Beltrán (coord.), *Genes y mestizos. Genómica y raza en la biomedicina mexicana*, México, Ficticia, 2011, 358 p., p. 29-63.

Saade Granados, Marta, “Una raza prohibida: afroestadounidenses en México”, en Pablo Yankelevich (coord.), *Nación y extranjería. La exclusión racial en las políticas de Argentina, Brasil, Cuba y México*, México, Programa Universitario México Nación Multicultural/Universidad Nacional Autónoma de México, 2009, p. 231-276.

Saborit, Antonio, *Como mármol recién lavado. El Mundo Ilustrado de Rafael Reyes Spíndola*, México, Ediciones Sin Nombre/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2006, 131 p.

Salazar, Delia (coord.), *Xenofobia y xenofilia en la historia de México. Homenaje a Moisés González Navarro*, México, Secretaría de Gobernación/Instituto Nacional de Antropología e Historia/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2006, 518 p.

Sánchez González, Agustín, *Diccionario biográfico ilustrado de la caricatura mexicana*, México, Limusa, 1997, 287 p.

Schwartz, Ben, "The Court Jester. Hearst, Herriman, and the death of nonsense", en Bill Blackbeard (ed.), *Krazy and Ignatz by George Herriman. "A mice, a brick and a lovely night." Cataloging the complete full-page comic strips, 1929-30*, 2ª ed., Seattle, Fantagraphics, 2008, 112 p., p. 8-10.

Sedlar, Janet Helen, "The construction of humor in Spanish and French comic strips: A sociolinguistic perspective", Tesis de Doctorado en Filosofía de Lenguas y Literaturas Romances, Berkley, Estados Unidos, Universidad de California-Berkley, 2008, 684 p.

Sheridan, Guillermo, *México en 1932: La polémica nacionalista*, México, Fondo de Cultura Económica, 1999, 506 p.

Smith, Anthony D., *La identidad nacional*, Madrid, Trama, 1997, 176 p.

Tello, Carlos, *Estado y desarrollo económico: México 1920-2006*, México, Facultad de Economía, 2007, 781 p.

Tenorio Trillo, Mauricio, *Artilugio de la nación moderna. México en las exposiciones universales, 1880-1930*, México, Fondo de Cultura Económica, 1996, 409 p.

Tenorio Trillo, Mauricio, *De cómo ignorar*, México, Fondo de Cultura Económica/Centro de Investigación y Docencia Económicas, 2000, 200 p.

Tortajada Quiroz, Margarita, *Danza y poder*, México, Instituto Nacional de Bellas Artes, 1995, 587 p.

Treviño Rangel, Javier, "Racismo y nación: comunidades imaginadas en México", en *Estudios sociológicos*, v. XXVI, n. 3, septiembre-diciembre, 2008, p. 669-694.

Treviño Rangel, Javier, "Los hijos el cielo en el infierno: un reporte sobre el racismo hacia las comunidades chinas en México, 1880-1930", en *Foro Internacional*, v. XLV, n. 3, 2005, p. 409-444.

Tuñón, Julia, "Españoles y libaneses en pantalla. La imagen filmica mexicana de los años cuarenta", en *Antropología*, n. 44, 1996, p. 54-66.

Valdés, Rosalva de, “Crónica general de la historieta”, en *Artes de México*, México, v. 19, n. 158, 1972, p. 9-13

Vilchis Esquivel, Luz del Carmen, *Historia del diseño gráfico en México, 1910-2010*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Instituto Nacional de Bellas Artes, 2010, 525 p.

Walker, Brian, “Being an artist is like laying bricks” en *Bringing up father: From sea to shining sea*, San Diego, California, IDW Publishing, 2009, 275 p., p. 9-15.

Walker, Brian, *The comics. Before 1945*, Nueva York, Abraham, 2004, 336 p.

Wiener, Joel H., *Americanization of the British press, 1830-1914. Speed in the age of transatlantic journalism*, Gran Bretaña, Palgrave Macmillan, 2011, 253 p.

Yankelevich, Pablo, *¿Deseables o inconvenientes? Las fronteras de la extranjería en el México posrevolucionario*, México, Bonilla Artigas/Iberoamericana/Escuela Nacional de Antropología e Historia, 2011, 203 p.

Yankelevich, Pablo, (coord.), *Nación y extranjería. La exclusión racial en las políticas de Argentina, Brasil, Cuba y México*, México, Programa Universitario México Nación Multicultural/Universidad Nacional Autónoma de México, 2009, 308 p.